



Savor Piemonte 2021

Il settore agroalimentare in Canada

23 settembre 2021

Glossario

Definizioni utilizzate

- Consumi off-trade (retail): in questa categoria rientrano le vendite al dettaglio, ossia vendite di alimenti effettuate presso punti vendita (off-line / on-line) per il consumo domestico.
- Consumi on-trade (foodservice): in questa categoria rientrano le vendite di alimenti effettuate presso i servizi di ristorazione, consumati in loco o altrove.
- Acquisti off-line: acquisti effettuati presso canali di vendita fisici (ad es. GDO, negozi specializzati e non).
- Acquisti on-line: acquisti effettuati presso canali di vendita virtuali (ad es. e-commerce).
- Canali di distribuzione off-trade (retail):
 - GDO: discount, supermercati, ipermercati, ecc.
 - Negozi: negozi specializzati in generi alimentari, indipendenti dal sistema della GDO.
 - Mixed retailers: negozi non specializzati.
 - E-commerce: siti e piattaforme di vendita on-line.
 - Altro: Vending, Homeshopping, Direct Selling.

Categorie analizzate

- Alimentari freschi (Fresh food): uova, pesce e frutti di mare, frutta, carne, legumi, tuberi e radici, zucchero e dolcificanti naturali, ortaggi. La categoria si riferisce esclusivamente ai prodotti freschi non trasformati (confezionati e non).
- Alimentari trasformati (Packaged food): olii, pasti pronti e zuppe, salse e condimenti, marmellate e conserve, composte, miele, cioccolato, dolci, latte e derivati, snack (dolci e salati, inclusa la frutta secca o disidratata), biscotti e dolci da forno, prodotti da forno, cereali, riso, pasta, prodotti lavorati e confezionati o surgelati di origine animale e vegetale, salumi, ecc.
- Bevande alcoliche (Alcoholic drinks): birra, bevande fermentate (sidro, sakè, ecc.), vino, vini fortificati, spiriti (liquori, distillati, ecc.), RTDs (pre-miscelati), ecc.
- Bevande analcoliche (Soft drinks): acqua, bevande gassate, succhi di frutta, RTDs, bevande energetiche, ecc.
- Bevande calde (Hot drinks): caffè (fresco in grani o macinato e istantaneo), tè (nero, verde e aromatizzato, istantaneo, tisane), ecc.

Posizionamento dei Paesi target

Country ranking*

Paese	Alimentari Freschi		Alimentari trasformati		Bevande alcoliche		Bevande analcoliche		Bevande calde	
	Spesa totale	Pro capite	Spesa totale	Pro capite	Spesa totale	Pro capite	Spesa totale	Pro capite	Spesa totale	Pro capite
Danimarca	49	37	39	4	51	20	75	46	48	7
Francia	24	52	5	10	11	37	10	12	6	12
Germania	15	46	4	18	4	2	5	4	3	11
Regno Unito	23	51	6	14	8	14	15	34	10	35
Rep. Ceca	36	14	43	25	26	1	75	46	45	32
Svizzera	47	48	21	2	43	27	50	25	24	1
Canada	26	32	12	16	17	24	21	21	13	27
Stati Uniti	3	38	1	11	2	22	1	1	2	39
Singapore	48	24	74	49	84	67	92	81	83	53
Thailandia	13	22	24	73	20	56	19	54	20	63
Italia	17	29	10	13	14	40	12	9	11	41

* Fonte: Euromonitor International LTD (2020). Totale dei Paesi analizzati nella classifica = 99 (pari al 98% del PIL mondiale e al 91% della popolazione mondiale)



Canada

Informazioni generali

- Capitale: Ottawa
- Lingua: Inglese, francese
- Abitanti: 38 milioni
- Superficie: 9.897.170 kmq
- Valuta: Dollaro (CAD)
- PIL: 1.643 miliardi USD
- PIL per capita: 43.440 USD

Fonte: World Bank Group (2019)



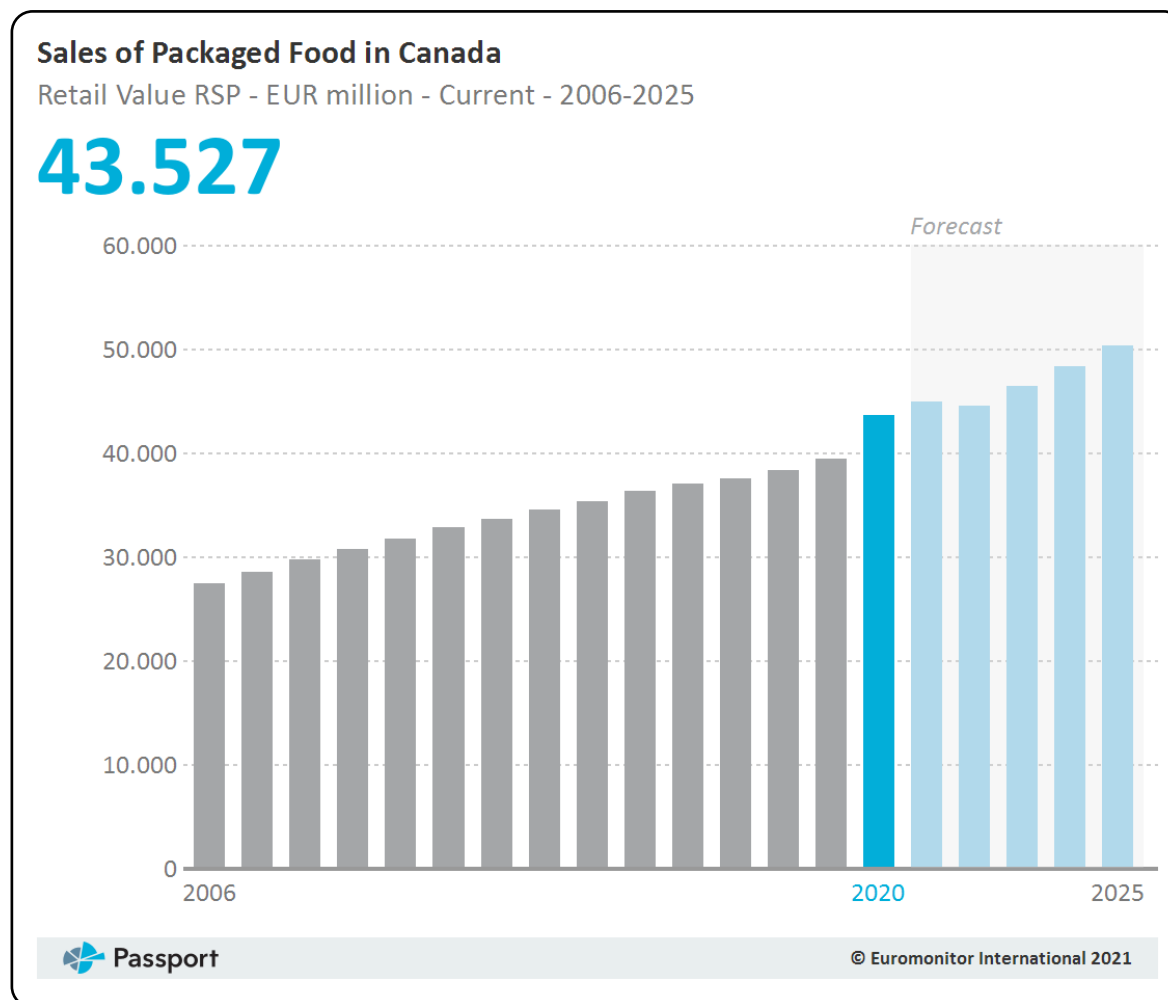
Prodotti alimentari trasformati

Dimensione del mercato

- Nel 2020 il Canada ha registrato per il comparto dei prodotti alimentari trasformati un valore dei consumi pari a 43,5 miliardi di €, collocandosi al 12° posto nella classifica delle principali economie mondiali per dimensione del mercato e al 16° posto per consumi pro capite (1.145 € circa**).
- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, la quota principale è stata rappresentata dai prodotti alimentari di uso quotidiano (54%), seguita dai prodotti lattiero-caseari (24%) e dagli snack (22%).

* Valore dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

** Valore complessivo del mercato diviso il numero complessivo degli abitanti



Prodotti alimentari trasformati

Elementi distintivi

- I lockdown del 2020-2021 hanno favorito l'aumento delle vendite off-trade di alimenti trasformati, in particolare dei prodotti non deperibili o a lunga conservazione (i.e. riso, pasta, salse, snack, latticini e surgelati)
- Il settore della ristorazione ha registrato un calo significativo. In risposta alle chiusure, alcuni operatori hanno offerto servizi di asporto e consegna a domicilio. Tuttavia, i profitti derivanti non sono stati sufficienti a compensare le perdite
- La GDO ha guidato le vendite nel 2020, offrendo ai propri clienti un'ampia gamma di prodotti e una migliore esperienza di acquisto in chiave anti COVID-19
- Come scoperto durante la crisi finanziaria del 2008, anche nel corso dell'epidemia di COVID-19 le prelibatezze a prezzi accessibili hanno conseguito ottimi risultati di vendita, grazie alla necessità da parte dei consumatori di concedersi particolari attenzioni nei momenti difficili della propria vita
- Per i prossimi anni si prevede un aumento della tendenza al consumo consapevole, poiché i consumatori pongono l'accento sulla limitazione degli sprechi alimentari, sugli acquisti più consapevoli e sulla ricerca di opzioni più sostenibili, organiche e più salutari
- Distribuzione: GDO 78,3%, negozi 14,1%, mixed retailers 5,0%, e-commerce 2,5%, altro 0,1%

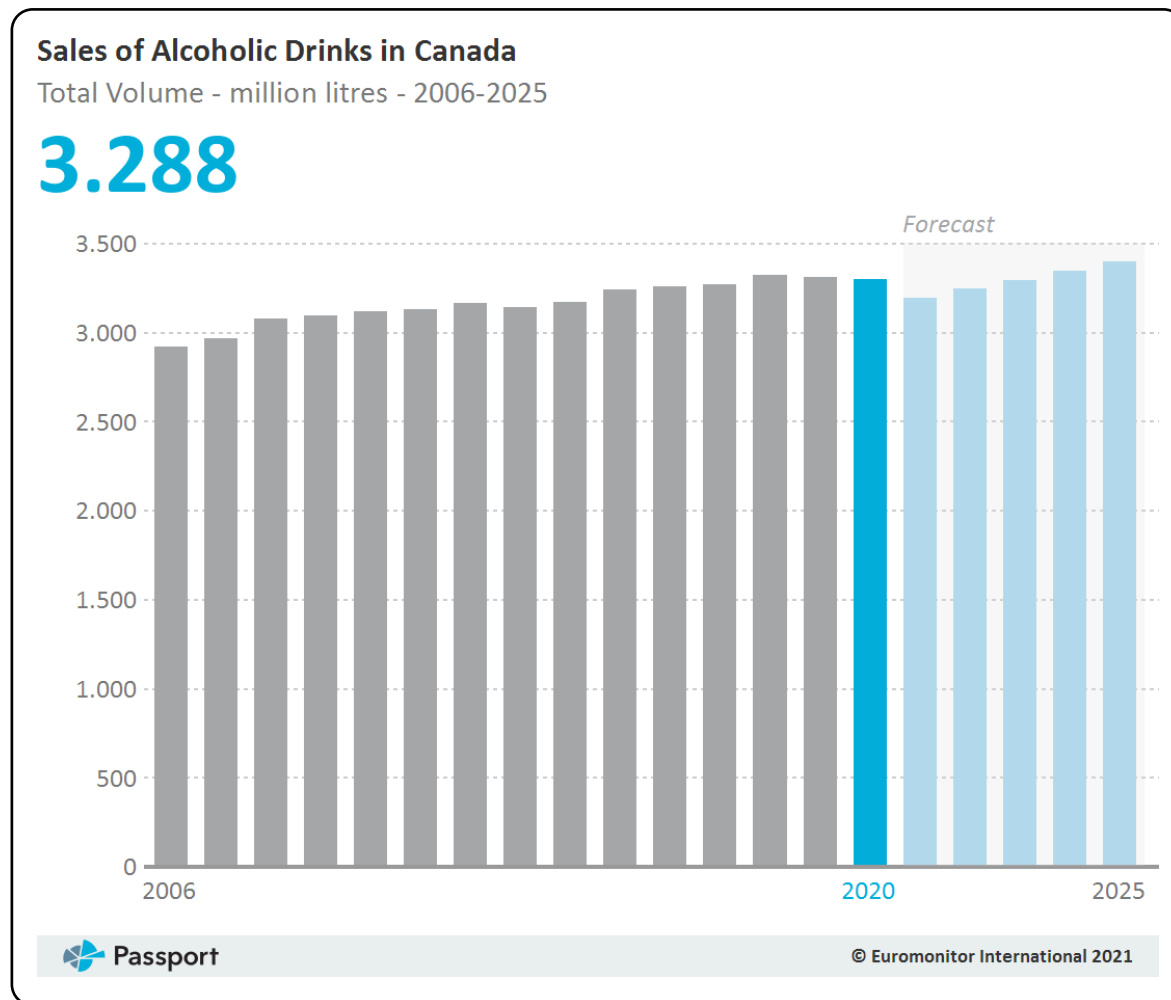
Bevande alcoliche

Dimensione del mercato

- Nel 2020 il Canada ha registrato per il comparto delle bevande alcoliche un valore dei consumi pari a circa 3,3 miliardi di litri*, collocandosi al 17° posto nella classifica mondiale delle principali economie per dimensione del mercato e al 24° posto per consumi pro capite (86,5 litri circa**).
- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, la quota principale dei consumi è stata rappresentata dalle birre (2.289,3 milioni di litri), seguita dai vini (596,2 milioni di litri), dagli spiriti (176,6 milioni di litri), dai RTD (163,2 milioni di litri) e dai fermentati (62,4 milioni di litri).

* Volume dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

** Volume complessivo del mercato diviso il numero complessivo degli abitanti



Bevande alcoliche

Elementi distintivi

- Mentre le vendite on-trade hanno subito un calo significativo a causa dei lockdown e della chiusura dei servizi di ristorazione, in tutte le sotto categorie di prodotto è stata registrata una crescita delle vendite off-trade
- Il comparto in generale ha limitato le perdite grazie ad un adeguamento dei consumatori alle nuove condizioni di vita, i quali si sono orientati verso il consumo domestico
- Le restrizioni e i timori dovuti all'epidemia hanno favorito un incremento delle vendite on-line
- La quota crescente di e-commerce è stata supportata anche dagli operatori di Stato come il Liquor Control Board of Ontario, il The Beer Store e la Société des Alcools du Québec che hanno promosso gli acquisti on-line, o come alcuni operatori del delivery che hanno offerto servizi di consegne a domicilio di bevande alcoliche
- Off-trade 83,3%, on-trade 12,7% ($\pm 7\%$ rispetto al 2019)
- Distribuzione: GDO 20,2%, negozi 76,9%, e-commerce 2,3%, mixed retailers 0,6%

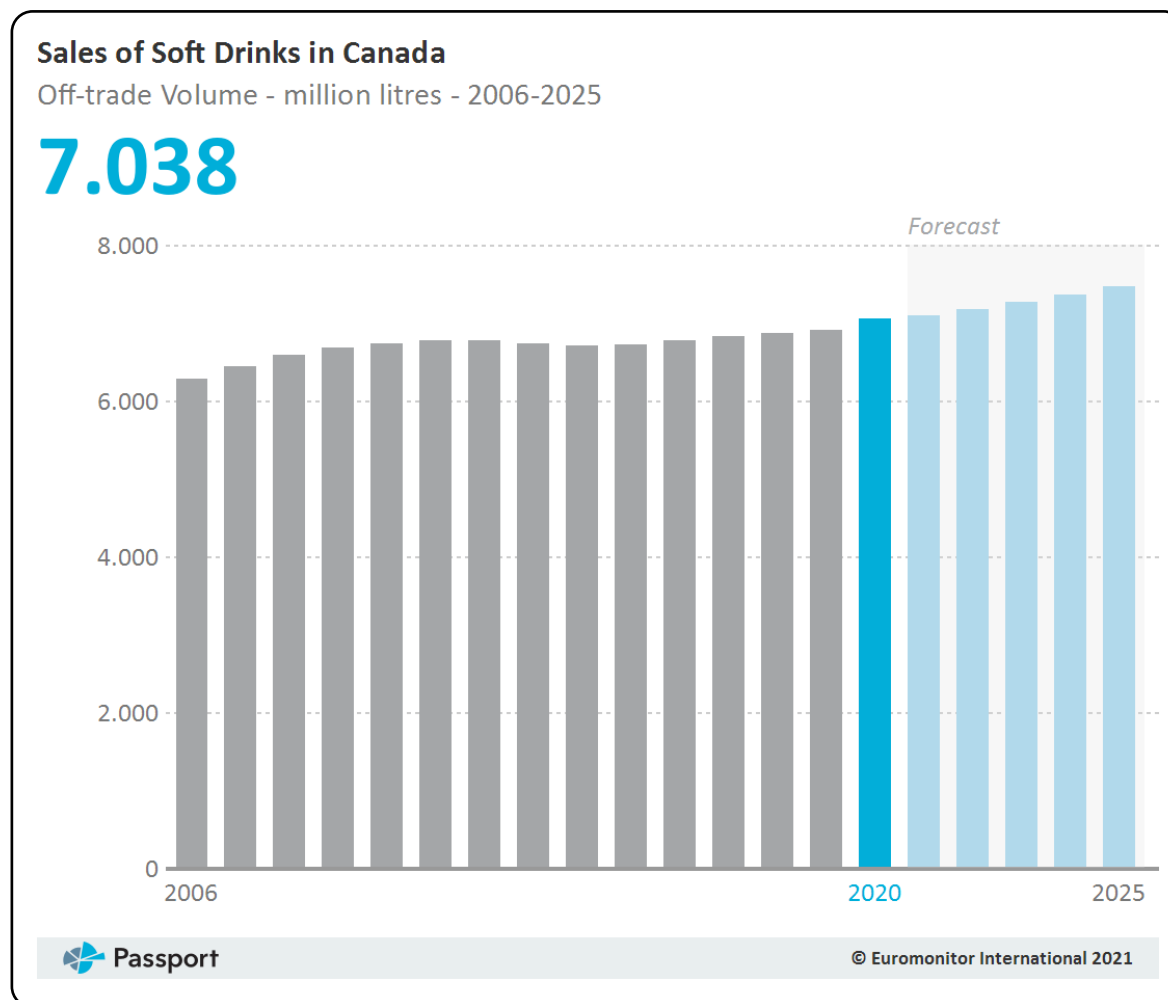
Bevande analcoliche

Dimensione del mercato

- Nel 2020 il Canada ha registrato per il comparto delle bevande analcoliche un valore dei consumi pari a 7 miliardi di litri*, collocandosi al 21° posto nella classifica mondiale delle principali economie per dimensione del mercato e al 21° posto per consumi pro capite (185 litri circa**).
- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, la quota principale dei consumi è stata rappresentata dalle acque (2.500,6 milioni di litri), seguita dalle bevande gassate (2.079,4 milioni di litri), dai succhi di frutta (1.639,9 milioni di litri) e da altre bevande (817,9 milioni di litri).

* Volume dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

** Volume complessivo del mercato diviso il numero complessivo degli abitanti



Bevande analcoliche

Elementi distintivi

- Allo scoppio dell'epidemia di COVID-19, la GDO ha registrato crescite notevoli negli acquisti di bevande analcoliche, considerate come beni di prima necessità di cui fare scorta in vista di un periodo di forte incertezza. A ciò è seguito un fisiologico rallentamento delle vendite
- Prima della pandemia, le vendite on-line di bevande analcoliche erano tra le più basse tra tutte le categorie dei beni di consumo, mentre nel corso del 2020 si è assistito a un drastico incremento, dovuto alla necessità di evitare la frequentazione di luoghi pubblici
- Per rafforzare la propria presenza sul web gli operatori commerciali richiedono informazioni aggiuntive ai propri fornitori per promuovere i prodotti a catalogo, un'occasione unica per i marchi più piccoli di operare in condizioni di parità con i marchi più conosciuti, cosa fuori questione sugli scaffali della GDO dove è garantita maggior visibilità ai marchi più noti
- Distribuzione: GDO 72,3%, mixed retailers 14,4%, negozi 6,8%, e-commerce 4,4%, altro 2,1%

Bevande calde

Dimensione del mercato

- Nel 2020 il Canada ha registrato per il comparto delle bevande calde un valore dei consumi pari a circa 2,3 miliardi di €*, collocandosi al 13° posto nella classifica mondiale delle principali economie per dimensione del mercato e al 27° posto per consumi pro capite (60 € circa**).
- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, la quota principale dei consumi è stata rappresentata dal caffè (1.493,8 milioni di €), seguita dal tè (727,4 milioni di €) e da altre bevande (69,9 milioni di €).

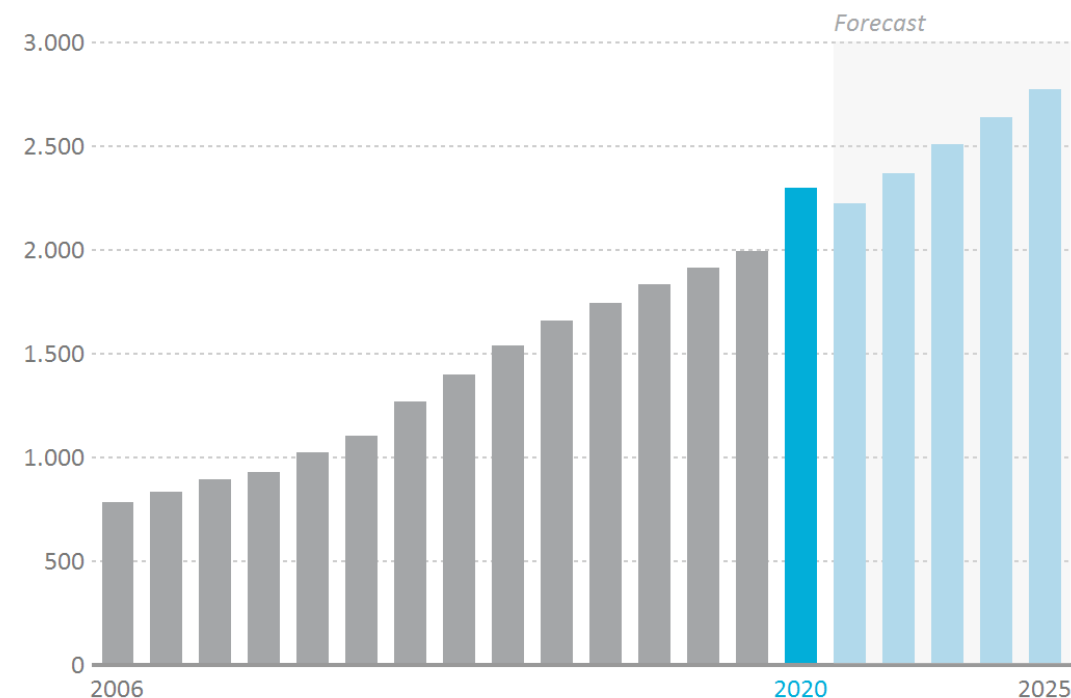
* Valore dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

** Valore complessivo del mercato diviso il numero complessivo degli abitanti

Sales of Hot Drinks in Canada

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2006-2025

2.291



Bevande calde

Elementi distintivi

- Mentre le vendite off-trade sono aumentate considerevolmente, le vendite on-trade hanno subito un calo, a causa dell'epidemia di COVID
- Poiché i canadesi sono grandi consumatori di caffè e di tè, con la chiusura di bar e ristoranti durante i lockdown il consumo di bevande calde si è spostato tra le mura domestiche e una quota significativa delle vendite è migrata dal canale on-trade a quello off-trade
- Tuttavia, a seguito della normalizzazione della situazione epidemica, i consumatori canadesi torneranno a frequentare bar e ristoranti e ciò dovrebbe portare a un ritorno alla crescita dei consumi on-trade
- Si prevede che il tè e gli infusi registreranno un aumento notevole nelle vendite, dovuto principalmente alla percezione che il pubblico ha di questi prodotti: visti come maggiormente naturali e salutari, sono preferiti al caffè dai consumatori più attenti alla salute. Inoltre, è possibile proporre nuove varianti di prodotto che attirano un pubblico sempre più alla ricerca di novità
- Nel 2020, l'e-commerce ha visto il più forte aumento delle vendite in termini di volumi e il segmento delle bevande calde ha beneficiato di questo canale più di altre categorie
- Distribuzione: GDO 71,9%, mixed retailers 12,4%, negozi 11,2%, e-commerce 4,1%, altro 0,4%

Savor Piemonte 2021

Calendario dei focus Paese

- Focus Canada e Stati Uniti (parte prima: aspetti commerciali) – 23 settembre 2021, ore 15:00
- Focus Thailandia e Singapore – 30 settembre 2021, ore 11:00
- Focus Canada e Stati Uniti (parte seconda: aspetti normativi) – 7 ottobre 2021, ore 15:00
- Focus Regno Unito e Svizzera – 12 ottobre 2021, ore 15:00
- Focus Danimarca e Repubblica Ceca – 14 ottobre 2021, ore 15:00
- Focus Francia e Germania – 19 ottobre 2021, ore 15:00

Savor Piemonte 2021

Attestati di partecipazione

- I partecipanti a uno o più incontri del programma «Savor Piemonte 2021: Azione 1 (Preparazione)» possono richiedere l'attestato di partecipazione scrivendo a export.agrofood@to.camcom.it.
- Il documento verrà emesso in formato pdf, firmato digitalmente da un funzionario della Camera di commercio di Torino e trasmesso via e-mail.

La Camera di commercio per l'export

I servizi per le imprese che operano con l'estero

- Orientamento all'import-export (www.to.camcom.it/worldpass)
- Analisi di mercato (www.to.camcom.it/target-market)
- Formazione e aggiornamento (www.to.camcom.it/calendario-eventi)
- Progetti di promozione settoriale (www.to.camcom.it/progetti-settoriali)
- Ricerca partner stranieri (www.to.camcom.it/ricerca-partner-commerciali)
- Analisi sull'affidabilità delle imprese straniere (www.to.camcom.it/affidabilita-finanziaria)
- Informazioni e assistenza sulla normativa UE (www.to.camcom.it/normativa-comunitaria)
- Mentoring e tutoraggio (www.to.camcom.it/mentoring-program)
- Documenti e certificati per l'estero (www.to.camcom.it/documentiestero)
- Traduzione di atti camerali (www.to.camcom.it/traduzioni-di-atti-camerali)

Come trovare un partner all'estero

Savor Piemonte 2021

- Chi offre il servizio:
Camera di commercio di Torino
«Progetto Savor Piemonte 2021»
- Cosa: visibilità nei confronti degli operatori stranieri coinvolti nel progetto, attraverso la promozione delle imprese nella vetrina virtuale
- Dove: Paesi target del progetto
- Come: servizio gratuito per le aziende ammesse al progetto
«Savor Piemonte 2021»
- Quando: 2021
- www.to.camcom.it

Ricerca partner

- Chi offre il servizio:
Camera di Commercio Italiana
dell'Ontario
- Cosa: servizio personalizzato di ricerca partner, finalizzato ad ottenere una lista di potenziali contatti commerciali in loco
- Dove: Canada (Ontario)
- Come: servizio erogato a pagamento, direttamente dalla Camera Italiana all'estero
- Quando: sempre
- www.italchambers.ca/it/

Contatti

Progetto Savor Piemonte

Camera di commercio di Torino

Settore Sviluppo competitività e internazionalizzazione

Via San Francesco da Paola, 24

10123 Torino (TO)

Italy

export.agrofood@to.camcom.it

www.to.camcom.it/savor-piemonte-2021

