vinetur

La demande à l’export continue de soutenir la croissance du secteur agroalimentaire italien, selon Nomisma

Les ventes à l’étranger de fromage, de pâtes et de produits transformés compensent une demande intérieure plus faible, a indiqué le groupe dans sa mise à jour de septembre.

mardi 29 septembre 2026



Le secteur agroalimentaire italien aborde l’automne avec des perspectives contrastées, Nomisma estimant que la demande à l’export continue de soutenir la croissance tandis que la consommation intérieure reste prudente et que les entreprises font face à une transition plus large portée par l’intelligence artificielle, la politique commerciale et l’affaiblissement du pouvoir d’achat des ménages.

Dans sa mise à jour agroalimentaire de septembre, Nomisma, basé à Bologne, a indiqué que la reprise de la production italienne de produits alimentaires et de boissons reste fragile. Le groupe a décrit les exportations comme le principal moteur de l’expansion à un moment où les familles italiennes continuent de dépenser avec prudence à la maison. Cette évaluation dresse le portrait d’un secteur qui continue de bénéficier de la force de la marque Made in Italy à l’étranger, même si la demande intérieure n’a pas encore pleinement rebondi.

Nomisma a indiqué que certaines des catégories les plus connues des exportations alimentaires italiennes continuent de jouer un rôle central dans cette dynamique. Le groupe a mis en avant les fromages AOP, les charcuteries, les pâtes, les produits de boulangerie et les produits transformés à base de fruits et légumes comme principaux moteurs des ventes à l'étranger. Le message de l'institut était que ces catégories contribuent à compenser un rythme plus faible sur le marché intérieur, où les consommateurs restent plus mesurés.

Ersilia di Tullio, responsable du conseil stratégique chez Nomisma, a été citée dans la mise à jour dans le cadre de l'examen des perspectives du secteur par le groupe. Si le bulletin n'a pas fourni de chiffres commerciaux détaillés, il a présenté les exportations comme la source de résilience la plus nette pour les entreprises agroalimentaires italiennes à un moment où la croissance intérieure n'est pas encore suffisamment généralisée.

Dans le même temps, Nomisma a placé l'intelligence artificielle au cœur d'un changement structurel plus large dans toute la chaîne agroalimentaire. Selon le groupe, l'IA n'est plus cantonnée à un rôle technique ou expérimental. Elle entre dans les processus opérationnels et décisionnels de la production, de la transformation, de la logistique et du marketing. Paolo De Castro, président de Nomisma, a déclaré que la technologie représente un véritable changement de paradigme pour les entreprises agroalimentaires, les obligeant à repenser leurs modèles économiques, leurs structures organisationnelles, la gestion des données et leurs choix opérationnels quotidiens.

Selon De Castro, le principal obstacle n'est pas seulement technologique. Nomisma a indiqué que le plus grand frein reste la résistance culturelle au changement. Ce point est important pour un secteur composé de nombreuses petites et moyennes entreprises, où la capacité d'investissement, les structures de gestion et les compétences numériques varient souvent fortement. Le groupe a averti que les conséquences de cet écart pourraient devenir plus graves avec le temps si les acteurs les plus lents à adopter ces outils ne parviennent pas à suivre le rythme.

Cette inquiétude s’est reflétée dans un autre message de la mise à jour de septembre, qui a mis en garde contre le risque d’« une Italie à deux vitesses » dans l’adoption de l’IA. Nomisma a indiqué que les grandes entreprises avancent plus vite, tandis que de nombreuses plus petites risquent de transformer un retard temporaire en désavantage concurrentiel structurel. En réponse, le groupe a déclaré avoir rejoint Confindustria pour lancer AI.DEA, lié au Forum di Varignana, dans le cadre d’un effort visant à faire avancer le débat sur l’adoption, la compétitivité et la préparation industrielle.

La discussion sur l’IA s’est étendue au-delà de l’agriculture et de la transformation alimentaire. Nomisma a aussi mis en avant des changements en médecine vétérinaire dans une étude réalisée pour Purina. Le groupe a indiqué que la complexité croissante de la pratique vétérinaire crée de nouveaux défis pour les jeunes professionnels tout en ouvrant un espace à l’innovation technologique. Cette référence suggère que la transformation numérique dans l’agroalimentaire se diffuse aussi dans les services et professions connexes, et pas seulement dans les usines et les exploitations.

La politique commerciale est un autre volet du tableau. Nomisma a indiqué qu’un nouvel accord de libre-échange impliquant les Philippines pourrait créer des opportunités pour les exportateurs agroalimentaires italiens. Le groupe a replacé cette évolution dans le contexte plus large de la volonté de l’Union européenne de conclure davantage d’accords commerciaux après l’instauration par les États-Unis de droits de douane généralisés. Selon Nomisma, Bruxelles a accéléré les négociations et les accords avec des partenaires comme le Mercosur, l’Inde, l’Australie, l’Indonésie et désormais les Philippines afin de réduire les effets négatifs de mesures américaines plus protectionnistes.

Pour les producteurs italiens, l’importance de ces discussions est directe. Si l’accès à certains marchés devient plus difficile en raison des droits de douane ou de tensions commerciales plus larges, les entreprises ont besoin de débouchés alternatifs où la demande pour des aliments importés à plus forte valeur ajoutée peut croître. La mise à jour de Nomisma suggérait que cela est particulièrement pertinent pour les produits de marque et à indication géographique dont l’industrie alimentaire italienne dépend fortement pour ses marges et son positionnement international.

Le tableau intérieur reste plus incertain. Nomisma a indiqué que le pouvoir d'achat des ménages italiens a de nouveau reculé, mais que la consommation n'a pas encore affiché de contraction significative. Le groupe s'est interrogé sur la manière dont les familles continuent de dépenser malgré cette pression, et il s'est tourné vers le chef économiste Lucio Poma pour une analyse complémentaire. Le bulletin n'en donnait pas tous les détails, mais la question posée est claire : les budgets des ménages sont sous tension, pourtant la baisse attendue de la consommation ne s'est pas entièrement matérialisée, du moins pas de manière marquée ou uniforme.

Cet écart entre un pouvoir d'achat plus faible et une consommation encore relativement stable pourrait compter pour les producteurs alimentaires, les distributeurs et les décideurs publics. Si les ménages protègent leurs dépenses alimentaires en coupant ailleurs, le schéma actuel pourrait ne pas être soutenable à plus long terme. S'ils baissent en gamme à l'intérieur du panier alimentaire, cela créerait un autre type de pression, en particulier pour les produits premium vendus principalement sur le marché intérieur. La mise à jour de Nomisma n'a pas tranché la question, mais l'a présentée comme l'un des principaux enjeux qui façonnent désormais l'environnement de consommation en Italie.

L'institut a également signalé des changements dans la politique européenne susceptibles d'affecter la capacité du secteur à se promouvoir à l'étranger. Il a indiqué que la politique de promotion agroalimentaire de l'UE fait l'objet d'un réexamen approfondi marqué par des signaux contradictoires. D'un côté, Nomisma a relevé des progrès en matière de simplification administrative. De l'autre, il a dit qu'une proposition prévoit une forte réduction des ressources financières. Pour un secteur tourné vers l'export, qui dépend fortement de la visibilité, de l'image de marque et du développement des marchés hors d'Italie, une telle combinaison pourrait avoir des conséquences pratiques.

Pris ensemble, la mise à jour de septembre de Nomisma présentait une industrie qui fonctionne encore sur deux voies. L'une est tournée vers l'extérieur et soutenue par la demande à l'export, la diversification des échanges et l'investissement dans la technologie. L'autre est davantage exposée à la faiblesse du pouvoir d'achat des ménages, à une adoption numérique inégale et à l'incertitude politique. Pour l'heure, la

voie la plus solide reste celle de l’extérieur, la demande étrangère continuant d’apporter le soutien le plus net à l’économie agroalimentaire italienne.