vinetur

Exportações agroalimentares de Itália cresceram 1,9% no segundo trimestre

A CREA indicou que as exportações de vinho caíram 3% e as de azeite recuaram 15%, evidenciando uma procura desigual entre categorias de produtos

terça-feira, 3 de novembro de 2026



As exportações agroalimentares de Itália voltaram a crescer no segundo trimestre, aumentando 1,9% face ao mesmo período do ano anterior, apesar de o vinho e o azeite terem perdido terreno e de o setor das bebidas, no seu conjunto, ter registado vendas mais fracas no estrangeiro.

Os dados constam do mais recente boletim trimestral CREAgritrend, publicado na segunda-feira, 2 de novembro, pelo Centro de Investigação de Políticas e Bioeconomia da CREA. O relatório descreveu o setor agroalimentar italiano como globalmente estável entre abril e junho, após a quebra registada no primeiro trimestre. As importações diminuíram 1,6% face ao mesmo período de 2025, enquanto as exportações voltaram a crescer, numa economia nacional que, segundo a CREA, manteve uma evolução moderadamente positiva.

O boletim associou este contexto à expansão continuada da economia italiana e da procura interna. O produto interno bruto nacional aumentou 0,2% face ao trimestre anterior e 1% em termos homólogos. Do lado da oferta, o valor acrescentado da agricultura recuou 0,2% face ao trimestre anterior e o da indústria diminuiu 0,5%, enquanto os serviços cresceram 0,4%. Em comparação com o mesmo trimestre de 2025, os três setores registaram aumentos: 0,4% na agricultura, 0,5% na indústria e 1,1% nos serviços.

Os indicadores da procura apresentados no relatório também foram positivos. O consumo final nacional e o investimento bruto em capital fixo aumentaram ambos 0,3% face ao trimestre anterior. A despesa das famílias em bens duradouros cresceu 0,9%, prolongando uma tendência que, segundo a CREA, se mantém há vários trimestres.

Na indústria transformadora, a produção alimentar manteve-se praticamente estável no segundo trimestre, com uma ligeira subida de 0,1% face ao ano anterior, um resultado mais fraco do que o do setor transformador no seu conjunto. Em termos de produção, o setor das bebidas teve uma evolução mais dinâmica, com um aumento de 4%. Os dados relativos ao volume de negócios foram, porém, menos favoráveis. O volume de negócios da indústria alimentar caiu 4,7%, sobretudo devido a uma descida de 6,5% no mercado interno, enquanto as vendas de produtos alimentares ao estrangeiro aumentaram 3%.

Do lado das receitas, o panorama foi menos favorável para as bebidas. O volume de negócios do setor recuou 2,7%, com as vendas a diminuírem tanto no mercado interno como no externo. O volume de negócios das bebidas no mercado nacional caiu 0,4%, enquanto o relativo às vendas no estrangeiro recuou 7,8%. Esta diferença entre o aumento da produção e a diminuição das vendas aponta para um contexto comercial mais difícil para as empresas de bebidas, sobretudo para as que dependem dos mercados de exportação.

Os dados do comércio revelaram diferenças acentuadas entre categorias de produtos. As exportações de produtos lácteos aumentaram 2,7%, as de carnes preparadas cresceram 2,9% e as de produtos à base de cereais avançaram 2,1%. As exportações de vinho caíram 3%, as de produtos de confeitaria recuaram 6% e as de azeite registaram a maior descida, de 15%. Para as empresas de bebidas, em particular para os produtores de vinho, estes valores constituem uma referência para o planeamento das exportações e a definição de preços, numa altura em que o setor agroalimentar no seu conjunto continua a crescer, mas algumas categorias de bebidas perdem dinamismo.

As tendências das exportações também variaram bastante consoante o destino. As vendas para o Reino Unido aumentaram 2,7%, para a Suíça cresceram 2,1% e para França avançaram 1,5%. As exportações para a Alemanha caíram 1,9% e os envios para os Estados Unidos recuaram 2,9%. Do lado das importações, Espanha manteve-se como o principal fornecedor de Itália. As compras a França diminuíram 4,9%, as importações da Alemanha caíram 5,6% e as dos Países Baixos recuaram 12,1%, enquanto as importações da Áustria aumentaram 7,3% e as do Brasil cresceram 3,2%.

Por tipo de produto, Itália aumentou as importações de produtos da pesca em 6,8% e de óleos e gorduras em 4,4%. As importações de carne fresca e congelada, produtos lácteos, cacau e café em bruto diminuíram. O relatório não associou estas alterações a uma causa específica, apresentando-as como parte de um trimestre marcado por uma procura seletiva e por desempenhos desiguais entre setores.

A CREA avaliou também o sentimento no setor agroalimentar, com base em conteúdos publicados por sites especializados entre 15 de junho e 22 de setembro. Concluiu que as avaliações positivas representaram 64% do total, mais 2,6 pontos percentuais do que no trimestre anterior. As opiniões negativas corresponderam a 34,7%. Os dados apontam para um setor que continuava mais confiante do que pessimista, apesar da pressão sobre algumas categorias de exportação.

O boletim incluiu um inquérito separado sobre o consumo de vinho em Itália, realizado junto de 1.038 consumidores. Segundo o inquérito, 94,4% dos inquiridos afirmaram beber vinho, pelo menos ocasionalmente. O sabor foi o principal critério de compra para 82% dos participantes, seguido da denominação de origem, com 73,7%. O inquérito concluiu ainda que 41,2% disseram estar dispostos a gastar mais de 20 euros numa garrafa.

Estes dados sobre os consumidores poderão ser relevantes para além do setor do vinho. Numa altura em que o volume de negócios das exportações de bebidas está sob pressão, a indicação de que uma parte significativa dos consumidores continua a valorizar a origem, a qualidade e os segmentos de preço mais elevados poderá influenciar a forma como os produtores de vinho e outras empresas de bebidas posicionam os seus produtos em Itália e nos mercados externos. O inquérito sugere que, apesar da quebra das vendas externas, uma parte do mercado continua recetiva a produtos premium associados à identidade e à origem.