vinetur

Importações de vinho italiano aumentaram 5,9% em 13 mercados emergentes, apesar da queda geral do mercado

A Nomisma afirmou que o valor total das importações de vinho nesses países caiu 3,7% no primeiro semestre de 2026

quarta-feira, 18 de novembro de 2026



O vinho italiano ganhou terreno num grupo de 13 mercados emergentes no primeiro semestre de 2026, apesar da queda das importações globais de vinho nesses países, segundo uma análise da Nomisma Wine Monitor divulgada na terça-feira, 17 de novembro, em Roma.

O estudo concluiu que as importações de vinho italiano nos 13 mercados aumentaram 5,9% em valor nos primeiros seis meses de 2026. No mesmo período, o valor total das importações de vinho nesses países caiu 3,7%. Os números apontam para um desempenho mais forte dos fornecedores italianos do que do mercado no seu conjunto nesses destinos.

A análise foi apresentada durante o Win& - Mostra della Cultura del Vino Italiano, um evento promovido pelo Consorzio Italia del Vino e realizado na terça-feira, 17 de novembro, e na quarta-feira, 18 de novembro, nos Horti Sallustiani, em Roma. Os organizadores afirmaram que o evento de dois dias foi concebido como um fórum para empresas, instituições, universidades e investigadores debaterem as mudanças no setor vitivinícola e as perspetivas de crescimento da cadeia de valor do vinho italiano.

O Consorzio Italia del Vino afirmou que reúne 24 empresas vitivinícolas italianas, com receitas conjuntas superiores a 1,8 mil milhões de euros, e representa cerca de 15% das exportações de vinho de Itália.

Os dados divulgados durante o evento não identificaram os 13 mercados emergentes abrangidos pela comparação do primeiro semestre e apresentaram resultados apenas em valor, não em volume. Isto significa que os números mostram como evoluíram os gastos com importações, mas, por si só, não permitem distinguir os efeitos dos preços, da composição dos produtos ou das taxas de câmbio.

A análise da Nomisma também destacou fortes ganhos do vinho italiano ao longo de um período mais extenso em vários mercados específicos. Entre 2015 e 2025, as exportações de vinho italiano aumentaram 507% na Roménia, 325% na Turquia e 264% no Vietname, segundo o estudo. No mesmo período, o comércio mundial de vinho cresceu 45%, indicou a análise.

O relatório também salientou um quadro muito mais desfavorável nos Estados Unidos, um dos mercados externos mais importantes de Itália. Nos primeiros nove meses de 2026, as importações norte-americanas de vinho italiano caíram 18,4% em valor, em linha geral com a descida de 18,1% do total das importações de vinho dos Estados Unidos, segundo a Nomisma.

No Brasil, pelo contrário, o vinho italiano teve um desempenho superior ao do mercado em geral. Nos primeiros nove meses de 2026, as importações de vinho italiano no Brasil aumentaram 6% em valor, enquanto o mercado brasileiro de importação de vinho no seu conjunto cresceu 2,1%, indicou a análise.

Os dados divulgados em Roma também revelaram sinais de resiliência no consumo interno. Segundo a Nomisma Wine Monitor, com base em dados do Istat, os consumidores regulares de vinho representavam 39,3% da população italiana em 2025. Nos primeiros nove meses de 2026, as vendas de espumantes de método tradicional na grande distribuição aumentaram 12,3% em volume face ao período homólogo de 2025.

Os números foram divulgados num momento em que os produtores italianos estão a prestar mais atenção à diversificação para além dos seus maiores mercados de exportação tradicionais. O contraste entre o crescimento nos 13 mercados emergentes e a queda nos Estados Unidos sugere que os produtores estão a encontrar focos de procura em destinos mais recentes, mesmo com o enfraquecimento de alguns mercados importantes.

A Nomisma apresentou os resultados no âmbito de um debate mais amplo sobre a forma como o setor vitivinícola italiano se está a adaptar às mudanças nos fluxos comerciais, no comportamento dos consumidores e na concorrência internacional. Os números sugerem que, embora o setor continue a enfrentar pressão em alguns mercados maduros, o vinho italiano conseguiu reforçar a sua posição em vários países onde a procura global de importações tem sido mais fraca.

O comunicado não indicou os valores absolutos das importações ou exportações nos mercados mencionados e não incluiu uma metodologia detalhada para a definição do grupo de mercados emergentes. Ainda assim, a comparação do primeiro semestre

revelou uma diferença de 9,6 pontos percentuais entre o aumento das importações de vinho italiano e a queda do total das importações de vinho nesses países, sublinhando a posição relativamente forte de Itália nesse conjunto de mercados.