vinetur

Piemonte ultrapassa a Toscana após aumento de 2,4% nas exportações de vinho

As vendas ao estrangeiro no primeiro semestre atingiram 566,9 milhões de euros, devolvendo a região do norte ao segundo lugar, atrás do Veneto

terça-feira, 24 de novembro de 2026



As exportações de vinho do Piemonte aumentaram no primeiro semestre de 2026, apesar da queda dos envios italianos de vinho no seu conjunto, reforçando a posição da região do norte num dos setores mais importantes da indústria alimentar e das bebidas do país.

Dados divulgados na segunda-feira, 23 de novembro, pelo Observatório da Unione Italiana Vini mostram que as vendas de vinho do Piemonte ao estrangeiro atingiram 566,9 milhões de euros nos primeiros seis meses do ano, mais 2,4% do que no período homólogo. Em contrapartida, as exportações nacionais de vinho caíram 6,2% no mesmo período.

Este desempenho devolveu ao Piemonte o segundo lugar em Itália em valor de exportação, à frente da Toscana e atrás apenas do Veneto. O Veneto manteve-se como a principal região exportadora, apesar de uma queda de 8,4%, enquanto a Toscana registou uma descida de 7,4%, segundo os mesmos dados.

Os números do primeiro trimestre já apontavam para um crescimento moderado do Piemonte, com as exportações a aumentarem 0,5%, para 255,2 milhões de euros. A região acelerou depois no segundo trimestre e ultrapassou a Toscana, enquanto o comércio italiano de vinho, no seu conjunto, continuava sob pressão.

Um dos resultados mais expressivos foi o do Asti Spumante DOCG, que gerou 73 milhões de euros em exportações no primeiro semestre do ano, uma subida superior a 28%. De forma mais ampla, os espumantes italianos resistiram melhor do que as outras categorias, com um aumento de 0,4%, enquanto os vinhos tranquilos engarrafados recuaram 8,9%.

Os Estados Unidos continuaram a ser o principal mercado para os vinhos tintos do Piemonte com denominação de origem protegida, absorvendo quase um quarto das exportações. Esta exposição é relevante porque o mercado norte-americano teve um início de ano difícil para o vinho italiano em geral, com uma queda de 14,1% no primeiro semestre. O Observatório da Unione Italiana Vini afirmou que os dados relativos às encomendas no terceiro trimestre apontavam para uma recuperação.

Responsáveis regionais afirmaram que os números demonstram a importância contínua do vinho para a economia mais ampla do Piemonte. No primeiro semestre de 2026, as exportações agroalimentares da região aumentaram 8,9%, ultrapassando os 10,2 mil milhões de euros. Segundo o governo regional, o vinho foi um dos principais motores desse crescimento e continuou a funcionar como produto de entrada para o setor alimentar em geral.

Alberto Cirio, presidente da Região do Piemonte, e Paolo Bongioanni, responsável regional pelo comércio, agricultura e turismo, afirmaram que os produtores se adaptaram bem às mudanças na procura e que o apoio público à promoção internacional estava a ajudar a abrir novos mercados. Referiram ações comerciais e promocionais em Hong Kong, Nova Iorque e Pequim, e indicaram que a região planeava participar em grandes certames em Haikou e Xangai em 2027.

Os números são também relevantes para além do Piemonte. Num ano em que as exportações italianas de vinho enfraqueceram no seu conjunto, o crescimento da região sugere que alguns segmentos do mercado estão a revelar maior resistência do que outros. Esta evolução poderá atrair a atenção de importadores, distribuidores e outras empresas de bebidas que procuram categorias com uma procura mais estável, em particular nos espumantes e nas denominações de origem do segmento premium, que podem resistir melhor a uma desaceleração mais ampla.

Os ganhos do Piemonte não eliminam os desafios que a indústria nacional enfrenta, em particular nos Estados Unidos, que continuam a ser um mercado central para as vendas de vinho italiano no estrangeiro. Mas o contraste entre o aumento de 2,4% no Piemonte e a queda de 6,2% em Itália mostra que a região está a superar o mercado em geral, numa altura em que os produtores de todo o país enfrentam condições comerciais menos favoráveis.