

Agroalimentare, I trimestre 2026: tiene il settore, cresce l'industria alimentare

On line ultimo bollettino CREAgritrend, l'aggiornamento periodico congiunturale del CREA

Segnali positivi per l'economia italiana nel I trimestre del 2026: il PIL continua a crescere registrando + 0,3% rispetto al trimestre precedente e + 0,8% rispetto allo stesso periodo del 2025.

Dal lato dell'offerta si registra, a livello congiunturale rispetto al quarto trimestre 2025, una lieve flessione nel **settore agricolo** (-0,5%), mentre rimane stazionario quello **industriale** e i **servizi** mostrano una crescita (+0,4%). Su base tendenziale, rispetto allo stesso periodo del 2025, risultano in crescita tutti i settori: **agricoltura** (+0,1%), **industria** (0,7%) e **servizi** (0,7%).

Sul fronte della domanda interna, prosegue la crescita dei **consumi finali nazionali** (0,4%), degli **investimenti fissi lordi** (+0,7%) e **della spesa delle famiglie per beni durevoli** (+1,1%) confermando, per quest'ultima voce, un trend positivo ormai consolidato.

È quanto emerge dalla fotografia scattata nel I trimestre del 2026 da [CREAgritrend](#), il bollettino trimestrale messo a punto dal CREA, con il suo Centro di Ricerca Politiche e Bioeconomia.

Fra gennaio e marzo 2026, **la produzione dell'industria alimentare** è cresciuta dello 0,7%, un risultato migliore rispetto all'intero comparto manifatturiero (+0,3%). In controtendenza, il **settore delle bevande**, che ha registrato un calo della produzione del 2,9%. Il **fatturato dell'industria alimentare** registra una flessione di circa il 2%, con un calo sia sul mercato estero (-1,6%) sia su quello interno (-1,9%). Più marcata la contrazione del **settore delle bevande** (-4,2%), che diminuisce in entrambe le aree, soprattutto sui mercati esteri (-11,4% sul mercato estero e -1,1% su quello interno).

Rallentano rispetto allo stesso periodo del 2025 anche gli scambi agroalimentari: - 1% circa l'export -5% l'import. L'andamento delle **esportazioni** varia però in base ai principali mercati di destinazione e ai comparti. Crescono soprattutto le vendite di prodotti lattiero-caseari (+4,3%) e ortofrutta fresca, mentre risultano in calo quelle di vino (-8%), prodotti dolciari (-6%) e olio di oliva (-29%). Sul fronte dei mercati, aumentano le esportazioni verso Spagna (+9,3%) e Polonia (+10,6%), mentre diminuiscono quelle dirette in Germania (-1%) e negli Stati Uniti (-17,8%). Il calo del mercato statunitense arriva dopo quattro anni di crescita a doppia cifra e riguarda soprattutto alcuni dei principali comparti del Made in Italy agroalimentare: vino, olio di oliva e pasta. In controtendenza, aumentano le esportazioni di Grana Padano e Parmigiano Reggiano, conserve di pomodoro e preparazioni per salse e condimenti.

Anche le **importazioni** rallentano rispetto allo stesso periodo del 2025, con una contrazione diffusa tra i principali fornitori. Fa eccezione il Brasile, che cresce del 20,8% grazie soprattutto ai maggiori acquisti di carni bovine e semi di soia. In calo invece gli approvvigionamenti dalla Germania (-11%), con riduzioni che interessano prodotti dolciari, formaggi freschi, zucchero e carni suine semilavorate. Dal lato dei comparti, il calo degli acquisti è legato soprattutto alla diminuzione delle importazioni di oli e grassi, prodotti lattiero-caseari, cereali e, in misura

CONTATTO STAMPA

MICAELA CONTERIO 3358458589 Giornalista

Capo Ufficio Stampa

CRISTINA GIANNETTI 345 0451707

CREA – via della Navicella 2/4 – 00184 Roma

@ stampa@crea.gov.it f W www.crea.gov.it

TWITTER CREARICERCA

FACEBOOK: CREA – RICERCA

LINKEDIN: CREA RICERCA

INSTAGRAM: CREARICERCA

CREA tube: <https://www.crea.gov.it/crea-tv>

CREA futuro: <https://www.creafuturo.eu/it/>

minore, prodotti ittici. Crescono invece gli acquisti di frutta secca (+18,6%), in particolare nocciole e pistacchi.

Sentiment analysis: i dati raccolti su X dal 14 marzo al 15 giugno 2026 evidenziano una prevalenza del clima di fiducia nei confronti del settore pari al 61,4% di giudizi positivi (+5,4% rispetto al trimestre precedente), seguita dal 36,4% come atteggiamento negativo e dal 2,2% come neutrale.

A cura di Micaela Conterio 335 845 8589