POLONIA:

notizie economiche

Una newsletter redatta dall'Ufficio Commerciale dell'Ambasciata d'Italia a Varsavia in collaborazione con ICE Varsavia.

NUMERO 2 / 2026 19 FEBBRAIO 2026

ITA - Italian Trade Agency - Warszawa



L'AGROALIMENTARE ITALIANO IN POLONIA

Scambi, consumi e promozione del Made in Italy

Ambasciata d'Italia
Varsavia

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
Warsaw Office

LETTERA AI LETTORI

FEBBRAIO 2026

Benvenuti nel secondo numero del 2026! Ci concentreremo sull'interscambio Italia-Polonia, in particolare sul settore agroalimentare, analizzando trend correnti, prospettive di settore ed iniziative di promozione del Made in Italy, cercando di mettere in luce le opportunità per le aziende italiane.

COMMERCIO BILATERALE

Il ruolo dell'agroalimentare negli interscambi Italia-Polonia: quadro generale



Nei primi undici mesi del 2025, secondo dati ISTAT, l'interscambio commerciale Italia-Polonia si è confermato stabile, attestandosi sui 33,4 mld di euro, in lieve aumento rispetto al 2024. Nello stesso periodo, il commercio estero polacco ha mostrato una dinamica complessivamente espansiva: le esportazioni sono aumentate dell'**1,1%** e le importazioni del **3,4%**, riflettendo il rafforzamento della domanda interna e degli scambi commerciali. In questo contesto, secondo i dati del Comitato Statistico Polacco (GUS), l'Italia si conferma tra i principali partner commerciali della Polonia e mantiene un saldo commerciale positivo. Il nostro Paese è il quarto fornitore del mercato polacco a livello mondiale, il secondo dell'Unione Europea, con esportazioni pari a 19.1 mld di euro nel periodo gennaio-novembre 2025, e una quota del **4,6%** sul totale delle importazioni polacche. Parallelamente, l'Italia rappresenta il sesto paese di destinazione dell'export polacco, con un valore di 15 mld di euro. Accanto ai comparti della meccanica, dell'automotive e della metallurgia, l'agroalimentare figura stabilmente tra i principali ambiti di interscambio bilaterale, con un valore che supera i 1.8 mld di euro. Emerge infatti una crescita delle esportazioni italiane legate ai consumi delle famiglie, con il settore degli alimentari e bevande che ha registrato un incremento del **+16,6%**. Nel periodo gennaio-novembre 2025 i prodotti agroalimentari hanno rappresentato circa il **9,4%** del totale delle esportazioni italiane verso la Polonia. All'interno di questo quadro complessivamente positivo dell'interscambio commerciale, il settore agroalimentare italiano presenta importanti prospettive di espansione, in particolare nei suoi rapporti con il mercato polacco.

€33,4 mld	**4°**	**9,4%**
interscambio Italia–Polonia gen.–nov. 2025	fornitore della Polonia a livello mondiale	quota agroalimentare nell'export italiano verso la Polonia

IL MERCATO AGROALIMENTARE

Esportazioni agroalimentari e dinamiche di crescita

ISTAT, Esportazioni italiane di prodotti agroalimentari verso la Polonia

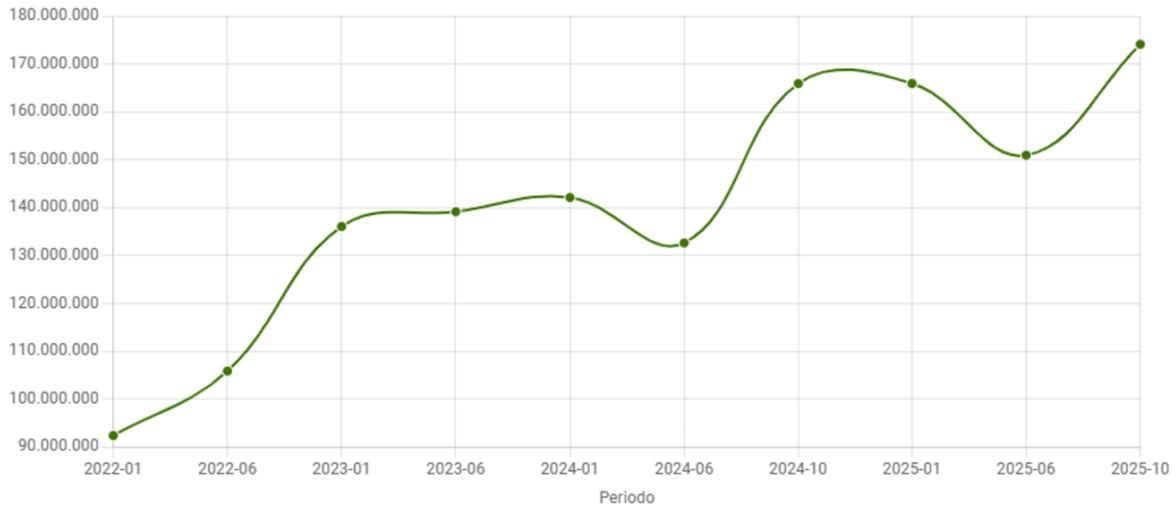


Figura 1. Esportazioni italiane di prodotti agroalimentari verso la Polonia. Fonte: ISTAT (grafico originale).

Nel 2025 l'agroalimentare italiano ha confermato un andamento positivo sui principali mercati di destinazione. Il valore complessivo, secondo i dati ISTAT, nel periodo gennaio-ottobre ha superato i 59 miliardi di euro, in aumento del **+5,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a livello mondiale.

La Polonia si conferma tra i primi dieci mercati di destinazione dell'export agroalimentare italiano e si distingue per una dinamica di crescita particolarmente sostenuta, nettamente superiore alla media globale: le esportazioni italiane nel settore ammontavano a 2 mld di euro nel periodo gennaio-novembre 2025, registrando un aumento del **19,3%** sull'anno precedente. Pur restando Germania, Francia e Stati Uniti i principali mercati di sbocco in termini assoluti, il mercato polacco evidenzia una traiettoria di espansione di rilievo. La stabile crescita del valore degli scambi, nonché della quota di mercato italiana nel complesso dell'import polacco – che ha raggiunto il **6,8%** nel 2024 – riflette l'evoluzione della domanda interna, sempre più orientata verso prodotti di qualità, e conferma le prospettive di ulteriore espansione per il Made in Italy nel comparto alimentare.

> €59 mld	+19,3%	6,8%
export agroalimentare italiano mondiale gen.–ott. 2025	export agroalimentare italiano in Polonia gen.–nov. 2025	quota di mercato italiana nell'import polacco nel 2024

PRODOTTI E CANALI

Focus prodotti e canali di distribuzione

L'analisi per tipologia di prodotto conferma la diversificazione dell'export italiano verso la Polonia. Un'elaborazione dell'Ufficio ICE di Varsavia su dati GUS evidenzia che, nel 2024, i principali prodotti importati dal mercato polacco erano il caffè torrefatto (254 milioni di euro), la pasta e i prodotti da forno (203 milioni) e la frutta (157 milioni). Particolarmente significativa è anche la performance di cioccolata, vino, ortaggi e legumi e formaggi, che confermano l'elevato apprezzamento dei consumatori polacchi per i prodotti italiani a maggiore valore aggiunto.

Fonte: Italian Trade Agency (ITA)



Figura 2. Principali prodotti agroalimentari importati dalla Polonia dall'Italia nel 2024. Fonte: ICE Varsavia su dati GUS (grafico originale).

In diversi segmenti, l'Italia si colloca tra i primi fornitori del mercato polacco, occupando la prima posizione nel comparto vinicolo e posizioni di vertice in categorie chiave del Made in Italy alimentare. La crescita sostenuta registrata in numerosi comparti, in particolare per cioccolata (**+46%**), formaggi (**+30%**) e caffè (**+24%**), evidenzia un orientamento della domanda polacca sempre più favorevole a prodotti di qualità, confermando il potenziale di ulteriore sviluppo per l'agroalimentare italiano.

La distribuzione dei prodotti agroalimentari in Polonia si articola principalmente intorno alla Grande Distribuzione Organizzata (GDO), affiancata al commercio tradizionale. Il canale HO.Re.Ca. ha un ruolo strategico per il posizionamento dei prodotti italiani a maggiore valore aggiunto, fungendo da veicolo di promozione della cucina e dello stile alimentare italiano e contribuendo alla diffusione di prodotti autentici e certificati.

€254 mln	**€203 mln**	**€157 mln**
caffè torrefatto	pasta e prodotti da forno	frutta (dati 2024)

SCENARIO 2026

Prospettive di settore per il 2026

Le prospettive di sviluppo del settore agroalimentare italiano in Polonia sono sostenute da un'evoluzione dei modelli di consumo, caratterizzata da maggiore attenzione a qualità, salute, e sostenibilità. Aumenta la domanda di prodotti "clean label" e ad alto valore aggiunto, mentre l'espansione di diete alternative e plant-based e la diffusione di stili di vita urbani favoriscono anche il consumo di prodotti pratici e "ready-to-eat".



Figura 3. Prospettive per il vino italiano. Fonte: infografica originale ICE/ITA.

Nel comparto delle bevande, e in particolare del vino, si rafforzano i trend di premiumizzazione e diversificazione dei consumi, con crescente attenzione alla qualità, alle denominazioni di origine e ai prodotti biologici, a sostegno delle prospettive del vino italiano sul mercato polacco.

Il mercato mostra inoltre una marcata differenziazione generazionale, con i consumatori più giovani orientati verso novità, sostenibilità e canali di acquisto moderni, inclusi quelli digitali.

Tra le principali prospettive di sviluppo si segnala infatti la crescita dei canali digitali di vendita, in particolare dell'e-commerce alimentare. Sebbene rappresenti ancora una quota limitata del mercato complessivo, il segmento e-grocery è in rapida espansione, ed è atteso raggiungere un valore di 14 mld PLN entro il 2028. Tale canale offre opportunità crescenti soprattutto per prodotti specializzati, di nicchia e di fascia premium, intercettando una domanda sempre più orientata a qualità, convenienza e acquisto online.

Le opportunità per il settore agroalimentare italiano nel 2026 si inseriscono in un quadro macroeconomico positivo, con domanda interna resiliente e prospettive di crescita solide. Tali condizioni di dinamismo economico continuano a sostenere l'importazione di beni di consumo di qualità, creando un contesto favorevole all'ulteriore espansione del Made in Italy sul mercato polacco.

CALENDARIO PROMOZIONALE

Iniziative di promozione

Si segnalano le iniziative di promozione del Made in Italy agroalimentare in Polonia organizzate per il 2026, volte a rafforzare la visibilità dei prodotti italiani e a favorire il contatto diretto tra imprese e operatori locali.

Il primo appuntamento si è tenuto il 17 febbraio in Ambasciata, una preview di Vinitaly per operatori specializzati polacchi del settore vino, organizzata in collaborazione con ICE Varsavia e VeronaFiere.



Preview di Vinitaly presso l'Ambasciata d'Italia a Varsavia, 17 febbraio 2026 (fotografia originale).

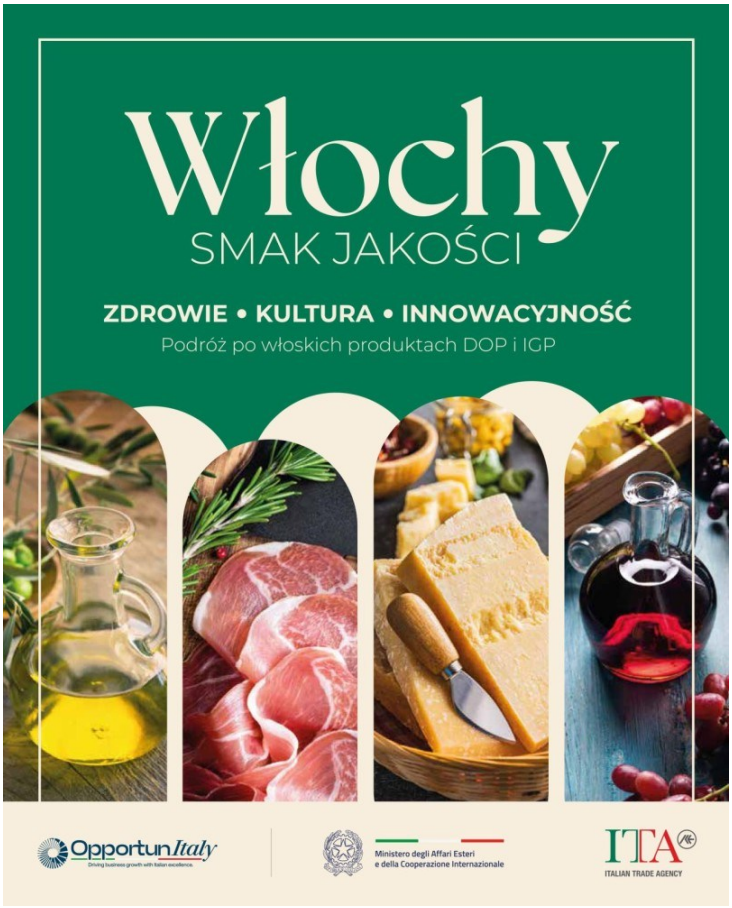
Tra gli appuntamenti di maggiore rilievo che seguiranno figurano la partecipazione collettiva a Bellavita – Expo XXI Warszawa (aprile 2026) e a Marca Poland, in collaborazione con BolognaFiere (aprile 2026), oggetto di attività di supporto e potenziamento da parte dell'ICE di Varsavia, che proseguirà la sua azione promozionale al favore del settore enologico con l'organizzazione del 12° appuntamento con la Borsa Vini Polonia (27 maggio 2026, hotel Intercontinental di Varsavia), evento dedicato al settore vitivinicolo, rivolto a importatori, distributori e operatori Ho.Re.Ca. del mercato polacco. Per le aziende italiane interessate si suggerisce di monitorare la pagina https://www.ice.it/it/settori/vini-e-bevande-alcoliche/eventi-promozionali dove a breve sarà pubblicata la circolare informativa per aderire.

INIZIATIVE E FORMAZIONE

Fiere, incoming e valorizzazione del Made in Italy

È prevista inoltre la realizzazione di incoming di operatori polacchi in occasione delle principali fiere di settore in Italia, tra cui TuttoFood Milano, Vinitaly, Slow Wine fair e Vitigno Italia, con il coinvolgimento di circa 20 operatori selezionati.

Il programma promozionale comprende inoltre iniziative di valorizzazione culturale e gastronomica, come la Settimana della Cucina Italiana nel Mondo (novembre 2026), e attività di formazione professionale rivolte agli operatori del settore. In particolare, sono previsti corsi di formazione "Italia - Il gusto della qualità" presso istituti gastronomici polacchi, realizzati in collaborazione con la Federazione Italiana Cuochi, con l'obiettivo di accrescere la conoscenza dei prodotti italiani di qualità e rafforzarne il posizionamento sul mercato polacco.



"Włochy – Smak Jakości": materiale promozionale originale dell'iniziativa.