





Testata: www.beverfood.com
Data: 15 novembre 2021



INFO ▾ NOTIZIE/DOCUMENTI ▾ DIRECTORY AZIENDE/MARCHI ▾ PUBBLICAZIONI PDF ▾ NEGOZIO LIBRI/BANCHIEDATI ▾

[beverfood.com](http://www.beverfood.com)  **ACQUITALIA 2020 2021**


cerca notizie e documenti 🔍 cerca aziende e prodotti 🔍 


MERCATI

BEVANDE ANALCOLICHE

Vola il mercato delle bevande vegetali in Italia

15/11/2021 - 97 LETTURE

 Share on Facebook

 Share on Twitter



A cura della redazione [beverfood.com](http://www.beverfood.com)


Le bevande vegetali piacciono sempre di più e in meno di dieci anni sono entrate a far parte dei consumi quotidiani. Le bevande di soya rappresentano il segmento di consumo più importante ma stanno crescendo a tassi superiori gli altri gusti.

Iscriviti alla newsletter!

Inserisci la tua email

ISCRIVITI



Intervista a Vincenzo Tundo, Marketing & Trade Marketing Director di San Benedetto a Cibu 

A cura di



BEVITALIA
Industria Bevande Analcoliche

Mercati, Produttori,
Fornitori, Distributori

Scarica il PDF **gratuito!**
Disponibile anche cartaceo

altri video su beverfood.com Channel



Secondo gli ultimi dati di IRI Italia, le vendite di bevande vegetali nella GDO (iper + super + LSP) sono ammontate nell'anno terminante a fine agosto 2021 a 103 milioni di litri per un valore di 219 Mni €, mentre nel canale discount le vendite sono ammontate a 42 Mni di litri per un valore di 53 Mni €, realizzando degli incrementi sbalorditivi a doppia cifra. Se consideriamo anche gli altri canali (Dettaglio Tradizionale e HoReCa) il volume complessivo del mercato dovrebbe ora collocarsi intorno ai 200 milioni di litri per un giro d'affari intorno ai 300 milioni di €. Il mercato delle bevande Dairy-Free è, quindi, in espansione grazie ad un aumento delle referenze disponibili sul mercato ma anche per una penetrazione di nuovi gusti rispetto alla tradizionale soia: sono queste, infatti, a spingere le vendite (che rappresentano da sole circa il 40% del mercato in volumi), mentre registrano un gradimento crescente le bevande di riso, mandorla, cocco e, in testa all'escalation, l'avena per l'alta componente proteica.

MERCATO terminante ad agosto 2021	Vendite in Volume Mni litri	Var. % 2021 su 2020	Vendite in Valore Mni €	Variaz. % 2021 su 2020
Bevande Vegetali IPER, SUPER, LSP	103	12,0	219	11,9
Alto	4	22,5	9	21,2
Mandorla	18	25,4	46	25,3
Riso	23	1,1	27	-0,8
Soia	39	4,2	76	4,1
Avena	19	33,9	41	33,8
Bevande Vegetali DISCOUNT	42	31,1	53	32,9
Alto	1	-3,5	1	-6,6
Mandorla	7	54,7	12	53,3
Riso	16	26,0	12	24,9
Soia	17	16,4	18	16,0
Avena	7	68,6	10	68,9

Fonte: elaborazioni beverfood.com su dati IRI Italia

I principali competitori

Articoli più letti

Bevande Analcoliche



Natys a Tuttofood 2021: tante novità e numero record di visite e assaggi



Frankly, la prima catena italiana di Bubble Tea e Coffee bar, cresce a due cifre



Cosmofood 2021: la ristorazione resiliente, flessibile, non convenzionale



Amore per la natura e prodotti di qualità: Holderhof Produkte

TUTTE LE BANCHE DATI BEVERFOOD

138641





A cura di



Il debutto più recente nel mercato delle bevande vegetali l'ha fatto The Coca-Cola Company con l'obiettivo di diventare un Gruppo "total beverage" con una copertura capillare in tutte le categorie del settore. Il colosso di Atlanta ha lanciato AdeZ, una linea di prodotti a base di mandorla, riso, soia, cocco e avena, studiate per più occasioni di consumo durante l'intera giornata. I maggiori player nel mercato italiano sono il Alpro del gruppo Danone (pioniere dei prodotti a base di soia e leader a livello europeo), l'azienda bolognese Valsoia con una gamma trasversale a base soia (bevande, gelati, pietanze...) e il gruppo Granarolo (grande produttore di latte di origine animale, che ha voluto diversificare nelle bevande vegetali proprio per compensare il calo dei consumi del latte tradizionale). Il fronte dei produttori continua ad allargarsi con nuove entrate: tra queste spicca OraSi del Gruppo Unigrà, Il gruppo francese Triballat con Sojasun e Bio Slim del gruppo Abafoods. Nella GDO si stanno affermando anche le private label che valgono oggi oltre il 24% a valore del totale GDO e ben l'84% del totale discount

+ info: www.beverfood.com

Tu cosa ne pensi? [Scrivi un commento \(0\)](#)

ABAFOODS ADEZ BEVANDE VEGETALI    

DANONE FEATURED

GDO DISTRIBUZIONE MODERNA GRANAROLO

HO.RE.CA. - HORECA IRI ITALIA

MERCATO BEVANDE VEGETALI ORASI

PRIVATE LABEL SOJASUN

THE COCA-COLA COMPANY TRIBALLAT UNIGRÀ

VALSOIA

Resta sempre aggiornato! Iscriviti alla Newsletter

Inserisci la tua email per iscriverti alla newsletter

ISCRIVITI

A cura di

