



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Lebensmittel allgemein in Italien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / September 2023

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	4
Abkürzungsverzeichnis	5
1. Executive Summary	6
2. Einleitung	7
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick	8
3.1 Länderkurzinformation	8
3.2 Bevölkerung	8
3.3 Wirtschaftslage	9
3.4 Außenhandelspolitik	11
3.5 Teilhabe an der Wohlfahrtsentwicklung	11
4. Absatzmärkte	13
4.1 Orientierungspreise der Produkte im Markt	13
4.1.1 Erzeugerpreise	13
4.1.2 Verbraucherstufe	14
4.1.3 Importpreise	14
5. Produktspezifische Informationen	16
5.1 Eigenproduktion	16
5.2 Ein- und Ausfuhr	17
5.3 Verbrauch	18
5.3.1 Konsum nach Produktart	19
6. Regelungen zum Import	21
6.1 Importbedingungen	21
6.2 Kennzeichnungsvorschriften	21
6.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte	22
6.4 Zollverfahren und Zollsätze	23
7. SWOT-Analyse	24
8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten	25
8.1 Fachmessen	25
8.2 Verbände/Institutionen/öffentliche Einrichtungen	30
8.3 Lebensmitteleinzelhandel	42
8.4 Importeure/Hersteller	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wirtschaftliche Eckdaten Italiens 2021 bis 2022.....	9
Tabelle 2: Außenhandel Italiens (in Mrd. EUR; Veränderung in %)	10
Tabelle 3: Einfuhr von Nahrungsmitteln nach Italien (in Mio. Euro)	15
Tabelle 4: Produktion der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie in Italien (in Mrd. EUR)..	16
Tabelle 5: Italienische Lebensmittelimporte und deutscher Lieferanteil (in Mio. EUR, Veränderungen in %).....	18
Tabelle 6: SWOT-Analyse	24

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Landkarte Italien	8
Abbildung 2: Lebensmittelpreisentwicklung auf Verbraucherebene im Zeitraum 2014 bis 2023 in %	13
Abbildung 3: Erzeugerpreise in Italien im Zeitraum 2019 bis 2023	14

Abkürzungsverzeichnis

ADM	Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (nationale Zollbehörde)
B2C	Business to Customer
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
EU	Europäische Union
GTAI	Germany Trade and Invest
inkl.	inklusive
Istat	Istituto Nazionale di Statistica (Nationales Statistikamt)
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NATO	North Atlantic Treaty Organisation (Nordatlantische Vertragsorganisation)
o. g.	oben genannt
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Die Ernährungswirtschaft ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Italiens. Die gesamte Wertschöpfungskette, von der Landwirtschaft bis zum Lebensmitteleinzelhandel, steuert rund 15 % zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Landes bei. Als Lebensmittelproduzent liegt Italien beim Output auf Platz drei in Europa, bei der Wertschöpfung sogar auf dem ersten Platz.

Der Export ist für die italienischen Lebensmittelhersteller sehr wichtig. Aufgrund der durchschnittlich kleinen Unternehmensgröße fällt dies vielen Firmen jedoch noch schwer, weshalb die italienische Regierung den Sektor stark fördert und eine weltweite „Made in Italy“-Kampagne unterstützt. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Bekämpfung ausländischer Produkte, die sich als italienisch ausgeben. Unter der Regierung Meloni hat der Schutz des „Made in Italy“ besondere Priorität.

Italiens Lebensmittelwirtschaft leidet jedoch seit 2022 zunehmend unter den Kostensteigerungen für Vorprodukte, Energie, Verpackungen und Logistik, die sich in höheren Konsumentenpreisen niederschlagen und den Absatz drücken. Zwischen Januar und Oktober 2022 nahm der Umsatz im Lebensmittelhandel gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode wertmäßig zwar um 4,3 % zu, ging aber mengenmäßig gleichzeitig um 3,8 % zurück.

Gesundheit und verantwortungsbewusster Konsum sind zunehmende Ernährungstrends. Ganz vorne liegen funktionale Lebensmittel, „frei von“-Produkte und vegetarische Alternativen. Auch die Lebensmittelsicherheit rückt stärker in den Mittelpunkt, es wird verstärkt auf Umwelt- und Herkunftszertifikate geachtet. Ein Trend ist daher, gesunden Inhalt mit einer recycelbaren Öko-/Bio-Verpackung zu kombinieren.

Deutschland ist für zahlreiche Produktgruppen der wichtigste Lebensmittellieferant Italiens. Deutsche Lebensmittelprodukte, insbesondere solche mit regionalem Bezug, sind in Italien beliebt. Dies belegen die italienischen Importe deutscher Lebensmittel, die im Jahr 2022 wert- und mengenmäßig zunahmen. Es gibt jedoch auch viele internationale Akteure, die auf dem Markt präsent sind, weshalb der italienische Lebensmittelmarkt stark umkämpft ist.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum italienischen Lebensmittelmarkt wurde im September 2023 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Ziel der Studie ist es, interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in Italien zu vermitteln.

Nach einem Überblick über die allgemeine Wirtschaftsstruktur sowie die ökonomische Lage und die Aussichten werden die Orientierungspreise von Lebensmitteln in Italien betrachtet. Anschließend wird die italienische Lebensmittelproduktion beleuchtet und Daten zu Import und Export gegeben. Es folgen Einblicke in das Konsumverhalten sowie Informationen zu wichtigen Verbrauchertrends.

Die Studie betrachtet zwei wichtige Trends im italienischen Markt: gesunde Lebensmittel und Bio-Produkte. Nach Regelungen zum Import bietet die Studie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken für deutsche Lieferanten.

Die Studie schließt mit einer umfangreichen Auflistung relevanter Importeure, Großhändler und Verbände, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung in Italien liegt bei rund 47 Jahren, was auf eine ältere Bevölkerung hinweist.² Dies stellt auch Herausforderungen im Gesundheitswesen und der Rentenversorgung dar.

In Bezug auf die Lebensmittelbranche ist die italienische Küche weltberühmt und ein wichtiger Bestandteil der Kultur. Die Italiener legen traditionell großen Wert auf frische und qualitativ hochwertige Lebensmittel. Nudeln, Pizza, Olivenöl, Käse, Wein und verschiedene Arten von Meeresfrüchten sind einige der bekanntesten italienischen Spezialitäten.³

3.3 Wirtschaftslage

Italien gehört zu den zehn größten Volkswirtschaften der Welt. Laut Schätzungen des Internationalen Währungsfonds lag das Land 2022 im globalen Ranking nach BIP auf Platz 10, nach Kaufkraftparitäten auf Platz 12. Im Jahr 2021 hatte Italien beim BIP in USD noch den achten Platz eingenommen. In Europa bildet Italien gemeinsam mit Deutschland und Frankreich die industrielle Kernregion des Kontinents und liegt bei der industriellen Wertschöpfung noch vor Frankreich. Die Handelsbeziehungen mit Deutschland sind eng und bewährt.⁴

Tabelle 1: Wirtschaftliche Eckdaten Italiens 2021 bis 2022

Indikator	2021	2022	Vergleichsdaten Deutschland 2022
BIP (nominal, Mrd. EUR)	1.788	1.909	3.870
BIP pro Kopf (EUR)	30.231	32.391	46.182
Bevölkerung (Mio.)	59,2	59,0	83,4

Quelle: eigene Darstellung nach Germany Trade and Invest (GTAI) 2022

Die neue Regierung unter Giorgia Meloni kann Italien eine Phase der Stabilität eröffnen. In der Wirtschaftspolitik folgt Meloni bislang grundsätzlich ihrem europafreundlichen Vorgänger Mario Draghi. Die wichtigsten Zukunftsthemen sind im Recovery-Plan konkretisiert. Jetzt gilt es, die bis zu 235 Mrd. EUR an europäischen Förderprogrammen auch tatsächlich zu nutzen: So kann der Übergang zu einer nachhaltigen, resilienten, möglichst unabhängigen und modernen Wirtschaft vollzogen werden.⁵

Die Lebensmittelindustrie in Italien ist ein wichtiger Wirtschaftszweig und trägt erheblich zur Gesamtwirtschaft des Landes bei. Die italienische Agrar- und Lebensmittelindustrie umfasst

² The World Bank (2023): Italy: <https://data.worldbank.org/country/italy>, zuletzt aufgerufen: 29.07.2023

³ Auswärtiges Amt (2023): Italien: Steckbrief: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/italien-node/italien/211320>, zuletzt aufgerufen: 29.07.2023

⁴ GTAI (2022): Wichtiger Industriepartner Deutschlands: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/wirtschaftsumfeld/wichtiger-industriepartner-deutschlands-585300#toc-anchor--2>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

⁵ Ebenda

verschiedene Sektoren wie Landwirtschaft, Nahrungsmittelverarbeitung und Getränkeherstellung. Italien exportiert auch viele seiner landwirtschaftlichen Produkte – einschließlich Wein, Olivenöl, Käse und Pasta – in Länder auf der ganzen Welt.⁶

Unter den Wirtschaftssektoren, die Güter produzieren, ist die Agrar- und Ernährungswirtschaft (verstanden als Aggregat des Primärsektors und der Lebensmittel-, Getränke- und Tabakindustrie) der wichtigste in Italien, was die Zahl der Beschäftigten (1,4 Mio. im Jahr 2022), den Wert der Produktion (536 Mrd. EUR im Jahr 2022) und die Wertschöpfung (64 Mrd. EUR im Jahr 2022) betrifft.⁷ In allen drei Fällen liegt das Agribusiness vor der Metallurgie und den Metallserzeugnissen, die an zweiter Stelle stehen, und dem Maschinenbau, der an dritter Stelle steht. Darüber hinaus steht die italienische Agrar- und Ernährungswirtschaft auch bei den gesamten Bruttoanlageinvestitionen und den Investitionen in Maschinen und Anlagen an erster Stelle. Im Jahr 2022 haben die Exporte des Agrar- und Ernährungssektors 60,7 Mrd. EUR erreicht und weisen auch im laufenden Jahr 2023 einen guten Wachstumstrend auf. Darüber hinaus steht Italien in der Europäischen Union (EU) an erster Stelle bei der Erzeugung von Obst und Gemüse, Wein und Speiseöl (28,4 Mrd. EUR im Jahr 2022) und ist nach den Niederlanden das Land mit der zweitbesten Handelsbilanz bei Käse (rund 2 Mrd. USD im Jahr 2022). Italien ist in der Eurozone das Land mit der höchsten Zahl an Beschäftigten in der Landwirtschaft (839 Tsd. im Jahr 2020). In Bezug auf die Wertschöpfung erwirtschaftet die italienische Landwirtschaft 37,2 Mrd. EUR – ein Wert, der nur von Frankreich übertroffen wird, mit dem Italien jedoch im letzten Jahrzehnt um die Führung in der EU konkurriert hat.⁸

Tabelle 2: Außenhandel Italiens (in Mrd. EUR; Veränderung in %)

Außenhandel	2021	2022	Veränderung (in %)
Importe (in Mrd. EUR)	480,4	655,4	36,4
Exporte (in Mrd. EUR)	520,8	624,7	19,9

Quelle: Istat 2023

Italiens Lebensmittelwirtschaft leidet jedoch zunehmend unter den Kostensteigerungen für Vorprodukte, Energie, Verpackungen und Logistik, die sich in höheren Konsumentenpreisen niederschlagen und den Absatz drücken. Zwischen Januar und Oktober 2022 nahm der Umsatz im Lebensmittelhandel gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode wertmäßig zwar um 4,3 % zu, ging aber mengenmäßig gleichzeitig um 3,8 % zurück.⁹

⁶ GTAI (2023): Innovationsdruck in der Landwirtschaft: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/innovationsdruck-in-der-landwirtschaft-589786>, zuletzt aufgerufen: 29.07.2023

⁷ Istat (2022): Andamento dell'economia Agricola: https://www.istat.it/it/files//2023/06/REPORT_ANDAMENTO_ECONOMIA_AGRICOLA_2023.pdf, zuletzt aufgerufen: 02.10.2023

⁸ Wine News (2023): Agroalimentare primo settore dell'economia italiana, per occupati, produzione e valore aggiunto: <https://winenews.it/it/agroalimentare-primo-settore-delleconomia-italiana-per-occupati-produzione-e-valore-aggiunto-501668/>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

⁹ GTAI (2023): Zurück zum Essenziellen: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/zurueck-zum-essenziellen-598108>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

Qualität, Herkunft und starke Marken sind wichtige Erfolgsfaktoren auf dem italienischen Markt. Deutsche Lebensmittelprodukte, insbesondere solche mit regionalem Bezug, sind in Italien beliebt. Traditionelle deutsche Artikel wie Bier, Wurst, Sauerkraut, dunkles Brot und Milchprodukte sind ebenfalls gefragt. Neben einheimischen Produzenten gibt es auch viele internationale Akteure, die auf dem Markt präsent sind. Der italienische Lebensmittelmarkt ist daher stark umkämpft.

3.4 Außenhandelspolitik

Die deutsch-italienischen Beziehungen sind traditionell eng geknüpft. Deutschland und Italien werden beide als „verspäte Nationen“ betrachtet, was zu Gemeinsamkeiten in der historischen Entwicklung geführt hat. Die heutige Position beider Länder in der Mitte Europas, ihre Mitgliedschaft in der NATO (North Atlantic Treaty Organisation) und der EU sowie die enge wirtschaftliche Verflechtung bilden eine solide Grundlage für eine enge Zusammenarbeit. Auch die Dichte deutscher Kulturinstitutionen in Italien ist einzigartig. Die vielfältigen gesellschaftlichen Kontakte mit über 800 Tsd. in Deutschland lebenden italienischen Staatsangehörigen tragen zu den engen Beziehungen bei. Die Regierungen erarbeiten gemeinsame europapolitische Positionen, vor allem bei Grundsatzfragen wie der weiteren Stärkung der EU-Beziehungen, der europäischen Migrationspolitik, der europäischen Nachbarschaftspolitik oder der Erweiterung der EU.¹⁰

Als Gründungsmitglied der EU, Mitglied in den G7 und G20 sowie der NATO, verfolgt Italien traditionell eine multilateral ausgerichtete Politik. Zu den Schwerpunkten der Außenpolitik zählen die Mittelmeerregion, der Westliche Balkan, der Nahe Osten, Afghanistan, das Horn von Afrika mit besonderem Fokus auf die ehemaligen Kolonien sowie Lateinamerika.¹¹

3.5 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Italien schneidet im Vergleich zu anderen Ländern des Better Life Index der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) in Messgrößen der Lebensqualität gut ab. Seine Werte liegen über dem Durchschnitt in den Bereichen Work-Life-Balance, Zivilengagement und Gesundheit. Allerdings schneidet das Land in Bezug auf soziale Beziehungen, Einkommen und Vermögen, Lebenszufriedenheit, Umwelt, Beschäftigung und Bildung unterdurchschnittlich ab.

In Italien beläuft sich das bereinigte verfügbare Pro-Kopf-Haushaltsnettoeinkommen im Durchschnitt auf 29 Tsd. USD pro Jahr, geringfügig weniger als der OECD-Durchschnitt (30,5 Tsd. USD pro Jahr). Die Betrachtung der Beschäftigungslage ergibt, dass in Italien 58 %

¹⁰ Auswärtiges Amt (2023): Deutschland und Italien: Bilaterale Beziehungen: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/italien-node/bilateral/210178>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

¹¹ Auswärtiges Amt (2023): Italien: Politisches Porträt: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/italien-node/politisches-portraet/211424>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

der 15- bis 64-Jährigen einer bezahlten Beschäftigung nachgehen, weniger als im OECD-Durchschnitt (66 %). Rund 67 % der Männer sind erwerbstätig, gegenüber 49 % der Frauen.

Die Menschen in Italien sind im Allgemeinen also weniger zufrieden mit ihrem Leben als der Durchschnitt der OECD-Bürger. Auf einer Skala von 0 bis 10 bewerten sie ihre Lebenszufriedenheit mit 6,5, was tiefer liegt als der OECD-Durchschnitt von 6,7.¹²

¹² OECD Better Life Index (2023): Italien: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/italy-de/#:~:text=Die%20Menschen%20in%20Italien%20sind,%2DDurchschnitt%20von%206%2C7>, zuletzt aufgerufen: 04.08.2023

4. Absatzmärkte

4.1 Orientierungspreise der Produkte im Markt

Die nachfolgende Statistik zeigt die Entwicklung der Lebensmittelpreise auf Verbraucherebene in Italien aus dem Jahr 2014 bis zum Jahr 2023. Während die Preise von 2014 bis 2022 relativ konstant blieben, ist eine deutliche Preissteigerung ab dem Jahr 2022 erkennbar. Ein Grund ist, dass die Branche überdurchschnittlich stark von den erhöhten Kosten für Energie, Transport und Vorprodukten betroffen ist.¹³ Während die Preissteigerung Mitte des Jahres 2021 bei ca. 0 % lag, beträgt sie Mitte des Jahres 2023 ca. 14 %. Nach den globalen Makromodellen von Trading Economics wird die Lebensmittelinflation in Italien bis zum Ende des Quartals 2023 voraussichtlich 8 % betragen. Langfristig wird im Jahr 2024 die Lebensmittelinflation in Italien Schätzungen zufolge bei 3,4 % und im Jahr 2025 bei 2,9 % liegen.¹⁴



Abbildung 2: Lebensmittelpreisentwicklung auf Verbraucherebene im Zeitraum 2014 bis 2023 in %

Quelle: Trading Economics (2023): Cost of food in Italy

4.1.1 Erzeugerpreise

Die Erzeugerpreise in Italien sanken im Juli 2023 auf 136,6 Punkte – von 151,3 Punkten im Januar 2023. Der Erzeugerpreisindex in Italien wird voraussichtlich bis Ende 2023 einen Wert von 139,81 Punkten erreichen. Diese Prognose basiert auf den globalen Makromodellen von Trading Economics sowie den Erwartungen von Analysten. Langfristig gesehen wird erwartet, dass der Erzeugerpreisindex in Italien im Jahr 2024 auf rund 155,03 Punkte und im Jahr 2025 auf etwa 158,59 Punkte steigen wird. Die Entwicklung des Erzeugerpreisindex spiegelt die erwarteten Veränderungen der Preise wider, zu denen Hersteller ihre Waren

¹³ GTAI (2022): Lebensmittelmarkt bleibt interessant: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/lebensmittelmarkt-bleibt-interessant>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

¹⁴ Trading Economics (2023): Italy Food Inflation: <https://tradingeconomics.com/italy/food-inflation>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

und Dienstleistungen auf dem Markt anbieten. Dieser Index ist ein wichtiger Indikator für die Inflation und die allgemeine wirtschaftliche Gesundheit eines Landes, da er Aufschluss über mögliche Kostensteigerungen entlang der Produktionskette gibt.¹⁵



Abbildung 3: Erzeugerpreise in Italien im Zeitraum 2019 bis 2023

Quelle: Trading Economics (2023): Italy Producer Prices

4.1.2 Verbraucherstufe

Für alle Lebensmittelbereiche ist erstmals ein Anstieg der Ausgaben im ersten Quartal 2023 im Vergleich zum ersten Quartal 2022 aufgrund der anhaltenden Preissteigerungsdynamik zu verzeichnen. Die Ausgaben für Lebensmittel stiegen um 8,8 %, während die Ausgaben für Getränke nur um 6,5 % zunahmen. Dieser Unterschied ist teilweise auf den Rückgang im Wein- und Sektsegment zurückzuführen, der die Gesamtausgaben für Getränke beeinträchtigte. In Bezug auf diesen Rückgang ist jedoch hervorzuheben, dass sich der Außer-Haus-Konsum inzwischen wieder weitgehend normalisiert hat. Die Ausgaben für Eier (+19,8 %), Milch und Milcherzeugnisse (+17,9 %) und Getreidederivate (+12,7 %) sind stark gestiegen. Auch für Fleisch (+9,3 %) wurde ein deutlicher Anstieg verzeichnet. Die Analyse der Daten zeigt, dass trotz erheblicher Preiserhöhungen in allen Kategorien ein konkreter Mengenrückgang zu verzeichnen ist.¹⁶

4.1.3 Importpreise

Die Importe italienischer Agrar- und Ernährungsprodukte nehmen in den ersten Monaten des Jahres 2023 weiter zu – immer noch beeinflusst durch den Inflationseffekt –, was zu einem Anstieg des Defizits in der Agrar- und Ernährungshandelsbilanz beiträgt.

¹⁵ Trading Economics (2023): Italy Producer Prices: <https://tradingeconomics.com/italy/producer-prices>, zuletzt aufgerufen: 13.09.2023

¹⁶ Ismea (2023): Report - Consumi - Report n°2/2023, La spesa nel primo trimestre 2023 ancora influenzata dall'inflazione: <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12666>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

Tabelle 3: Einfuhr von Nahrungsmitteln nach Italien (in Mio. Euro)

Produktgruppe	2020	2021	davon aus Deutschland 2021
Fleisch und Fleischprodukte	4.386	4.515	954
Milch und Milchprodukte	3.529	3.750	1.295
Fische, andere Wassertiere und Zubereitungen	5.243	6.435	212
Getreide und Getreideprodukte, Teig- und Backwaren	4.523	5.054	464
Gemüse, Früchte und Zubereitungen	6.428	6.749	480
Zucker, Zuckerwaren, Honig	1.001	1.076	326
Kaffee, Tee, Kakao, Gewürze und Waren daraus	2.797	3.083	461
Getränke	1.557	1.923	321
Summe	29.464	32.585	4.551

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI 2023

5. Produktspezifische Informationen

5.1 Eigenproduktion

Die Ernährungswirtschaft ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Italiens. Die gesamte Wertschöpfungskette, von der Landwirtschaft bis zum Lebensmitteleinzelhandel, steuert rund 15 % zum BIP des Landes bei. Als Lebensmittelproduzent liegt Italien beim Output auf Platz 3 in Europa, bei der Wertschöpfung sogar auf dem ersten Platz. Die Wertschöpfung der Lebensmittelproduktion im engeren (industriell-weiterverarbeitenden) Sinne erreichte 2021 rund 67,9 Mrd. EUR.¹⁷ Laut dem Branchenverband Federalimentare waren 2023 in der industriellen Nahrungsmittelproduktion 60 Tsd. Unternehmen aktiv. Die Zahl der Beschäftigten betrug 464 Tsd.¹⁸

Die Produktion Italiens lag laut nationalem Statistikamt (Istat) 2022 wertmäßig bei 222,3 Mrd. EUR für Nahrungsmittel. Der Umsatz der italienischen Lebensmittelhersteller lag laut Federalimentare 2022 bei rund 179 Mrd. EUR und der gesamte Konsum von Lebensmitteln, inklusive Gastronomie, lag im Jahr 2021 bei 236 Mrd. EUR.^{19,20}

Tabelle 4: Produktion der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie in Italien (in Mrd. EUR)

Sparte	2021
Schlachtung und Fleischverarbeitung	24,6
Herstellung von Back- und Teigwaren	17,0
Milchverarbeitung	16,6
Obst- und Gemüseverarbeitung	12,0
Herstellung von Traubenwein	9,1
Herstellung pflanzlicher und tierischer Öle und Fette	5,9
Mahl- und Schälmaschinen, Herstellung von Stärke und Stärkeerzeugnissen	4,9
Verarbeitung von Kaffee und Tee	4,7
Herstellung von Erfrischungsgetränken; Gewinnung natürlicher Mineralwässer	4,5
Herstellung von Süßwaren	3,5
Herstellung von Fertiggerichten	3,1
Herstellung von Spirituosen	2,0
Herstellung von Bier	1,5

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI 2023

¹⁷ GTAI (2023): Branchenstruktur: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/branchenstruktur-598114>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

¹⁸ Federalimentare (2023): Presentato alla Camera il primo Rapporto FEDERALIMENTARE-CENSIS sul valore economico e sociale dell'industria alimentare italiana: http://www.federalimentare.it/new2016/ms_comunicati_det.asp?ID=1112, zuletzt aufgerufen: 12.09.2023

¹⁹ Corriere della Sera (2023): Il food è il primo settore italiano con ricavi pari a 179 miliardi di euro, zuletzt aufgerufen: 02.10.2023

²⁰ GTAI (2023): Branchenstruktur: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/branchenstruktur-598114>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

5.2 Ein- und Ausfuhr

Der Export ist für die italienischen Lebensmittelhersteller von großer Bedeutung. In der Lebensmittelbranche überwiegen kleine und mittlere einheimische Unternehmen. Aufgrund dessen fällt der Export vielen Firmen noch schwer, weshalb die italienische Regierung den Sektor stark fördert und eine weltweite „Made in Italy“-Kampagne unterstützt. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Bekämpfung ausländischer Produkte, die sich zu Unrecht als italienisch ausgeben („Italian Sounding“). In der Regierung Meloni hat der Schutz der Herkunftsbezeichnung „Made in Italy“ besondere Priorität.

Der Export von Nahrungsmitteln und Getränken machte im Jahr 2021 mit rund 45,6 Mrd. EUR ungefähr 8,8 % des italienischen Exports aus. Die wichtigsten Absatzmärkte sind Europa und die USA, perspektivisch aber auch Asien.²¹

Der Warenexport lief im 1. Quartal 2023 mit einem Plus von 0,6 % noch vergleichsweise gut, auch wenn sich der schwächere Absatz in Deutschland und auch die nachlassende US-Konjunktur bremsend auswirken. Der Import nahm im Jahr 2022, nicht zuletzt wegen der höheren Energiepreise, wertmäßig stärker zu als der Export. Im Jahr 2023 wird die Zuwachsrate voraussichtlich unter diejenige des Exports zurückfallen, da die inländische Nachfrage nach Konsum- und Investitionsgütern sowie die Energiepreise nachlassen.²²

Italien ist mit einem Importvolumen von 34,9 Mrd. EUR im Jahr 2022 ein bedeutender Lebensmittelimporteur.²³ Nahrungsmittel und Getränke sind nach chemischen Erzeugnissen das zweitwichtigste Importgut. Zu den wichtigsten Einfuhrprodukten zählen Fisch, Fleisch, Getreide, Pflanzenöle und Fette, Obst, Milchprodukte und Gemüse. Gleichauf mit Frankreich und Spanien stellt Deutschland rund 12 % davon. Bei zahlreichen Produktgruppen ist Deutschland Italiens wichtigster Lebensmittellieferant, zum Beispiel bei Käse zur Weiterverarbeitung, Milch, Schweinefleisch, Backwaren, Süßwaren und Weißzucker, Kakaopulver und -butter, Schokoladenzubereitungen sowie Suppen und Saucen. Auch zubereitete Kartoffeln, panierte Fischfilets, Geflügelzubereitungen sowie biologische und vegetarische Produkte, Fruchtsäfte, geröstete Nüsse, Beeren, Bier, Gin und Liköre aus Deutschland sind in Italien gefragt.²⁴ Im Jahr 2022 ist der italienische Import deutscher

²¹ GTAI (2023): Zurück zum Essenziellen: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/zurueck-zum-essenziellen-598108>, zuletzt aufgerufen: 28.07.2023

²² GTAI (2023): Besser als erwartet: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/wirtschaftsumfeld/besser-als-erwartet-244482#toc-anchor--1>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

²³ Ismea (2023): Report - Scambi con l'estero: <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12292>, zuletzt aufgerufen: 29.09.2023

²⁴ GTAI (2023): Lebensmittelmarkt bleibt interessant: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/lebensmittelmarkt-bleibt-interessant-838798#toc-anchor--3>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

Lebensmittel sowohl wert- als auch mengenmäßig gestiegen, mit einem Importvolumen im Wert von etwa 6,3 Mrd. EUR.²⁵

Dies entspricht einer wertmäßigen Veränderung von 21,2 % im Vergleich zu 2021 und einer mengenmäßigen Veränderung von 1,7 % für denselben Zeitraum.²⁶

Tabelle 5: Italienische Lebensmittelimporte und deutscher Lieferanteil (in Mio. EUR, Veränderungen in %)

Warenbezeichnung	Import 2021	Veränderung 2021/2019 (in %)	aus Deutschland	Rang Deutschlands	Haupt-konkurrenten
Milcherzeugnisse	3.731	-2,9	1.265	1	Frankreich, Niederlande
Getränke, Alkoholika	2.122	6,9	190	4	Frankreich, Belgien
Schweinefleisch	1.750	-16,2	658	1	Niederlande, Spanien
Gemüse	1.693	-5,0	105	4	Spanien, Niederlande
Zubereitungen aus Getreide, Backwaren	1.612	7,1	165	1	Spanien, Niederlande
Zubereitungen aus Fleisch, Fisch	1.586	4,6	164	2	Spanien, Ecuador
Zubereitungen von Gemüse, Früchten, Nüssen	1.361	9,1	165	3	Spanien, Niederlande
Kakao und Zubereitungen daraus	1.331	17,9	372	1	Frankreich, Niederlande
Zucker und Zubereitungen daraus	996	9,0	330	1	Frankreich, Niederlande

Quelle: eigene Darstellung nach Istat, Eurostat 2022

5.3 Verbrauch

Gesundheitsbewusste Esskultur und verantwortungsbewusster Konsum sind zunehmende Ernährungstrends. Ganz vorne liegen funktionale Lebensmittel, „free from“ (frei von) und

²⁵ GTAI (2023): Stabiler Import aus Deutschland: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/wirtschaftsumfeld/stabiler-import-aus-deutschland-987906>, zuletzt aufgerufen: 29.09.2023

²⁶ GTAI (2023): Stabiler Import aus Deutschland: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/wirtschaftsumfeld/stabiler-import-aus-deutschland-987906>, zuletzt aufgerufen: 29.09.2023

vegetarisch/flexitarisch (gelegentlicher Fleischkonsum). Produkte zum Ersatz tierischer Proteine nahmen 2022 um geschätzte 7,2 % zu. Rund 16 % der italienischen Konsumenten haben vor, solche Produkte zu testen; 33 % kaufen sie bereits gelegentlich und 21 % regelmäßig. Laut einer jährlichen Studie, die von der italienischen Supermarktkette COOP durchgeführt wird, ziehen 36 % der Personen, die Fleisch durch pflanzliche Alternativen ersetzen würden, solche mit Fleischgeschmack vor. Weitere 23 % bevorzugen pflanzenbasierte Alternativen ohne Fleischgeschmack, während 22 % sich für insektenbasierte fleischlose Produkte entscheiden. Schließlich präferieren 19 % der Befragten „lab-grown“ (im Labor hergestelltes) Fleisch, auch bekannt als In-vitro-Fleisch.²⁷

Auch die Lebensmittelsicherheit rückt stärker in den Mittelpunkt; es wird verstärkt auf Umwelt- und Herkunftszertifikate geachtet. Hier versucht Italien, neben den bewährten Zertifikaten wie Denominazione d'Origine Protetta (DOP), Denominazione d'Origine controllata (DOC) und Indication géographique protégée (IGP), auf europäischer Ebene zur Kennzeichnung des Nährwertgehalts mit dem sogenannten Nutrifarm-Battery-System eine sinnvollere italienische Alternative zum französischen Nutriscore durchzusetzen. Ein Trend ist daher, gesunden Inhalt mit einer recycelbaren/Öko-/Bio-Verpackung zu kombinieren.

Konsumenten kaufen verstärkt im Discounter ein, suchen nach Sonderangeboten und reduzieren Menge und Vielfalt der Einkäufe. Ausgaben für Restaurants und Foodservice sinken tendenziell. Rund 80 % der Verbraucher wollen ihr Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln anpassen und sich auf essenzielle Waren konzentrieren. Neben dem Preis spielen aber auch die Funktionalität, eine möglichst niedrige Umwelteinwirkung sowie Herkunfts- und Inhaltsinformationen eine Rolle.²⁸

5.3.1 Konsum nach Produktart

Die Nachfrage nach Rindfleischprodukten sank mengenmäßig zwischen Januar und September 2022 um 7 %. Eine zunehmende Zahl von Konsumenten streicht Rindfleisch auch aus gesundheitlichen Gründen von der Speisekarte. Schweinefleisch und seine Produkte hingegen legten trotz der höheren Preise im genannten Zeitraum mengenmäßig um 4,4 % zu. Fleischalternativen gewinnen an Bedeutung.

Molkereiprodukte verzeichneten 2022 hohe Preissteigerungen, während die Milchproduktion weitgehend auf dem Vorjahresniveau stagnierte. Der Konsum nahm zwischen Januar und September 2022 wertmäßig zwar um 4,1 % zu, allerdings lagen die Preissteigerungen im Durchschnitt zwischen 6 % und 10 %. Eine ähnliche Entwicklung ist bei Backwaren zu beobachten, wo der Brotpreis zwischen Januar und September 2022 um 17 %

²⁷ Coop (2023): Presentata l'anteprima digitale del "Rapporto Coop 2023-Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani": <https://www.coop.it/news/presentata-lanteprima-digitale-del-rapporto-coop-2023-consumi-e-stili-di-vita-degli-italiani>, zuletzt aufgerufen: 12.09.2023

²⁸ GTAI (2023): Zurück zum Essenziellen: <https://www.gtai.de/de/trade/italien/branchen/zurueck-zum-essenziellen-598108>, zuletzt aufgerufen: 29.08.2023

stieg, was zu einem mengenmäßigen Absatzrückgang von 7,7 % führte. Auch Teigwaren nahmen preislich stark zu, blieben aber bei der Absatzmenge stabil. Laut der oben genannten jährlich durchgeführten COOP-Studie zeichnet sich bei Konsumenten ein zunehmendes Interesse an Hülsenfrüchte-Pasta ab.

Süßwaren, Schokolade- und Kakaoprodukte bleiben weiterhin sehr beliebt. Mit dem Ende der Einschränkungen während der Corona-Pandemie sind die Konditoreien wieder gut besucht. Auch beim Supermarkteinkauf wird laut Branchenexperten nicht zuerst bei Süßwaren gespart, selbst wenn auch hier deutliche Preissteigerungen zu beobachten waren. Der Umsatz des Branchenriesen Ferrero stieg in Italien 2022 um 6,6 % auf rund 1,6 Mrd. EUR. Fertiggerichte und Snacks fallen laut Branchenexperten verstärkt dem Sparkurs vieler Haushalte zum Opfer. Neben dem Preis spielt hier auch ein steigendes Bewusstsein für gesunde Ernährung eine Rolle. Obst und Gemüse verzeichneten aufgrund hoher Preissteigerungen zwischen Januar und September 2022 dennoch einen Rückgang bei der abgesetzten Menge.²⁹

²⁹ Ebenda

6. Regelungen zum Import

6.1 Importbedingungen

Die Einfuhrkontrollen der Grenzkontrollstellen für zum menschlichen Verzehr bestimmte Erzeugnisse (tierischen und nichttierischen Ursprungs), nicht zum menschlichen Verzehr bestimmte tierische Nebenprodukte und Folgeprodukte, Futtermittel und Materialien, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen (MOCA), werden durch die Verordnung (EU) 2017/625 und ihre Durchführungs- und delegierten Rechtsakte sowie das Gesetzesdekret Nr. 24 vom 02. Februar 2021 geregelt.³⁰

Bevor Lebensmittel nach Italien eingeführt werden können, muss eine Einfuhranmeldung bei den italienischen Zollbehörden, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM), eingereicht werden. Diese Anmeldung enthält Informationen über den Importeur, die Herkunft der Waren, die Art der Lebensmittel und deren Menge.³¹

6.2 Kennzeichnungsvorschriften

Die Etiketten der importierten Lebensmittel müssen in italienischer Sprache verfasst sein oder eine italienische Übersetzung enthalten. Die Etiketten müssen Informationen über Zutaten, Allergene, Nährwertangaben, Haltbarkeitsdatum und Lagerbedingungen enthalten.

Seit dem Jahr 2023 besteht die italienische Verpackungsverordnung, welche die Umweltkennzeichnung von Verpackungen vorschreibt. Ziel dieser Maßnahme ist es, den Anteil der wiederverwendbaren Verpackungen über eine bessere Trennung und Entsorgung zu steigern. Die Verordnung unterscheidet zwischen Verpackungen für Business to Customer (B2C) und Business to Business (B2B). Auf den B2C-Verpackungen, die an den Endkunden gehen, müssen die folgende Angaben stehen:

- Identifikation des Materials (mittels Anwendung des alphanumerischen Kennzeichnungssystems für Verpackungsmaterialien gemäß der Richtlinie 97/129/EG, wie z. B. PET, PAP 20)
- Art der Verpackung (wie z. B. „scatola“; Schachtel auf Italienisch) sowie korrekte Entsorgung

Verpackungen, die für den B2B-Bereich bestimmt sind (v. a. für den Transport von Waren), müssen ausschließlich die Angabe zur Identifikation des Materials (mittels Anwendung des

³⁰ Ministero della Salute (2023): Importazioni: https://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?area=sanitaAnimale&id=1565&lingua=italiano&menu=scambi, zuletzt aufgerufen: 31.08.2023

³¹ ADM (2023): La dichiarazione doganale: <https://www.adm.gov.it>, zuletzt aufgerufen: 31.08.2023

alphanumerischen Kennzeichnungssysteme für Verpackungsmaterialien gemäß der Richtlinie 97/129/EG, Bsp. PET; PAP 20 etc.) verpflichtend enthalten. Darüber hinaus können die Angaben zur Art der Verpackung (durch ausgeschriebenen Text oder bildliche Darstellung, z. B. „scatola“, Schachtel, sowie zur korrekten Entsorgung, z. B. „raccolta carta“, Altpapier) freiwillig angebracht werden. Die Angabe dieser Informationen wird aber empfohlen, um den Konsumenten bzw. Geschäftspartner zusätzlich auf die korrekte Entsorgung bzw. das Recycling aufmerksam zu machen.

Die Informationen zur korrekten Sammlung und Entsorgung der Verpackungen

- müssen auf Italienisch mitgeteilt werden,
- dürfen direkt auf die Verpackung gedruckt oder
- auf einem aufgeklebten Etikett oder
- über einen Link bzw. QR-Code kommuniziert werden,
- dürfen über die Transportunterlagen mitgeteilt werden unter der Voraussetzung, dass der Lieferant mit dem Empfänger vereinbart hat, dass Letzterer die Umweltetikettierung durchführt (z. B. wenn der Empfänger die Verpackungen nicht nur in Italien, sondern in verschiedenen Ländern verwenden wird).

Die Verpackungen, die vor dem Inkrafttreten der o. g. Verordnung eingekauft wurden, dürfen bis zur Erschöpfung des Lagerbestandes verwendet werden.

Produzenten von Verpackungsmaterial, Hersteller, Verarbeiter und Importeure von leeren Verpackungen und Verpackungsmaterialien sowie Händler, Distributoren, Abfüller und die Importeure von (mit Waren gefüllten) Verpackungen können bei Nicht-Einhaltung der Bestimmungen rechtlich belangt werden.

Bei „Made in“-Bezeichnungen ist darauf zu achten, dass diese der Wahrheit entsprechen, zumal die italienischen Behörden insbesondere die Kennzeichnung „Made in Italy“ sehr genau überprüfen. Detaillierte Hinweise in deutscher Sprache enthält die Homepage des Instituts zur Zertifizierung von „Made in Italy“. Weitere Informationen sind auch auf der Seite www.mimit.gov.it/en/ des italienischen Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung zu finden, welches unter der Regierung Meloni 2022 den Zusatz „Made in Italy“ führt.³²

6.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Deutschen Produkten steht der italienische Lebensmittelmarkt offen. Der Zugang erfolgt in der Regel über spezialisierte Importeure, die Produkte dann in den großen Supermarktketten wie Hypermärkten und unabhängigen Läden platzieren.

³² WKO (2023): Italien: Export und Import: https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/italien-export-import.html#heading_Importbestimmungen, zuletzt aufgerufen: 31.08.2023

6.4 Zollverfahren und Zollsätze

In Italien gilt vollinhaltlich das Zollregime der EU. Dieses basiert auf dem Prinzip des freien Warenverkehrs innerhalb des EU-Binnenmarkts. Es bestehen somit grundsätzlich keine Zölle oder Mengenbeschränkungen für Lebensmittel und andere Waren, die zwischen den EU-Mitgliedstaaten gehandelt werden. Es können jedoch in einigen Fällen spezielle nationale oder regionale Vorschriften gelten, die den Handel mit bestimmten Lebensmitteln einschränken könnten. Umfangreiche Informationen in englischer Sprache enthält die Homepage der italienischen Zollbehörde ADM: <https://www.adm.gov.it/portale/en/home>.

7. SWOT-Analyse

Tabelle 6: SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
- Marktgröße, Kaufkraft - Starker Mittelstand - Viele Industrieunternehmen - Stabiles Bankensystem - Ausgeprägte Forschungslandschaft - Stabilität der neuen Regierung	- Schwerfälliges, bürokratisches Umfeld - Defizite im Projektmanagement - Regionale Kluft zwischen Nord und Süd - Hohe Staatsverschuldung - Risikoaversion, Traditionalismus, schwaches Start-up-Ökosystem
Chancen	Risiken
- Stabilität der neuen Regierung/klare Mehrheit - Gemeinsame europäische Industriepolitik - Hoher Mittelzufluss aus EU-Recovery Fund - Offensive zur Entbürokratisierung/schnellere Genehmigungen - Förderung für Industrie 4.0 (Transizione 4.0)	- Energiekrise, Lieferkettenprobleme - Anpassungsschwierigkeiten im digitalen Wandel - Abwanderung qualifizierter Arbeitskräfte und Start-ups (Braindrain) - Ineffizienter Einsatz der EU-Mittel, Intransparenz, Korruption - Umweltpolitik gerät wieder in den Hintergrund

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI 2022

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

8.1 Fachmessen

AGRO.GE.PA.CIOK	
Adresse / Website	Via Oberdan, 11 73100 Lecce Italien www.agrogepaciok.it
Kontakt	E-Mail: info@agenziaeventi.com Tel.: +39 (0)8324 57864
Profil	Die AGRO.GE.PA.CIOK ist die internationale Ausstellung für Speiseeis, Süßwaren, Schokolade, Kaffee sowie Agrar- und Lebensmittelhandwerk.
Termin	Turnus: jährlich 04. - 08. November 2023

Cibus	
Adresse / Website	Fiere di Parma S.p.A. Viale delle Esposizioni, 393a 43126 Parma Italien www.cibus.it
Kontakt	E-Mail: info@agenziaeventi.com Tel.: +39 (0)8324 57864
Profil	Die internationale Lebensmittelmesse Cibus ist die wichtigste Fachmesse für italienische Lebensmittel und Landwirtschaft. Auf der Cibus treffen sich Institutionen, Handelsverbände, Unternehmen und Fachleute der Agrar- und Ernährungsindustrie „Made in Italy“, um gemeinsam die zukünftigen Strategien des Lebensmittelsektors zu entwerfen. Die Messe ist eine gute Gelegenheit, um Geschäftsbeziehungen auf internationaler Ebene zu knüpfen und zu entwickeln, aber auch, um sich über Innovationen in der Branche auf dem Laufenden zu halten und die Zukunft des eigenen Unternehmens zu planen.
Termin	Turnus: alle zwei Jahre 07. - 10. Mai 2024

Golosaria Milano	
Adresse / Website	Piazzale Carlo Magno, 1 20149 Mailand Italien www.golosaria.it
Kontakt	E-Mail: segreteria@golosaria.it Tel.: +39 (0)1312 61670
Profil	Golosaria Milano ist eine jährliche in Mailand ausgerichtete Messe die darauf abzielt, die Vielfalt der italienischen Esskultur und die Kunst des Kochens zu präsentieren. Die Veranstaltung bietet eine Plattform, auf der Produzenten, renommierte Köche, Feinschmecker-Enthusiasten und die allgemeine Öffentlichkeit zusammenkommen können, um sich auszutauschen und zu vernetzen.
Termin	Turnus: jährlich 04. - 06. November 2023

HOST MILANO	
Adresse / Website	Fiera Milano S.p.A. Strada Statale del Sempione, 28 20017 Rho, Mailand Italien www.host.fieramilano.it
Kontakt	Frau Francesca Cavallo, Sales Manager E-Mail: francesca.cavallo@fieramilano.it Tel.: +39 (0)2499 76611
Profil	Die Host Milano ist die Weltmesse für Gastronomie und Gastgewerbe. Sie ist eine internationale Drehscheibe, die das ganze Jahr über Fachleute miteinander in Kontakt bringt, die Lieferketten und Verbrauchsgewohnheiten des Sektors ständig beobachtet, ausführliche Berichte über aktuelle Themen, bewährte Verfahren und internationale Szenarien vorstellt, globale Nachrichten und Beobachtungsstellen erstellt und Webinare sowie Veranstaltungen in der ganzen Welt organisiert.
Termin	Turnus: alle zwei Jahre 13. - 17. Oktober 2023

in-Vitality	
Adresse / Website	Viale Lodovico Scarampo, Gate 5, Halle 4 20148 Mailand Italien www.in-vitality.it
Kontakt	E-Mail: invitality@step-exhibitions.com Tel.: +39 (0)320 187 4886
Profil	Die in-Vitality vereint die Lieferketten für Nahrungsergänzungsmittel und richtet sich an B2B-Akteure aus den Bereichen Nahrungsergänzungsmittel, Wellness und Gesundheit. Die zweitägige Ausstellung konzentriert sich auf innovative, nachhaltige und natürliche Inhaltsstoffe, Rezepturen und Ressourcen, die zur Herstellung von Gesundheits- und Wellnessprodukten verwendet werden können.
Termin	Turnus: jährlich 22. - 23. November 2023

Marca	
Adresse / Website	BolognaFiere S.p.A Viale della Fiera, 20 40127 Bologna Italien www.marca.bolognafiere.it
Kontakt	Frau Antonella Maietta, Exhibition Manager E-Mail: antonella.maietta@bolognafiere.it Tel.: +39 (0)5128 2409
Profil	Marca ist die einzige italienische Fachmesse, die sich dem Thema Handelsmarken widmet und die Qualität italienischer Handelsmarkenprodukten zur Schau stellt. Die Messe wird von BolognaFiere in Zusammenarbeit mit dem Verband für modernen Vertrieb (ADM - Association of Modern Distribution) organisiert.
Termin	Turnus: jährlich 16. - 17. Januar 2024

Mostra Internazionale del Gelato Artigianale (MIG)	
Adresse / Website	Via del Parco, 3 32013 Longarone, Bologna Italien www.mostradelgelato.com
Kontakt	E-Mail: mig@longaronefiere.it Tel.: +39 (0)4375 77535
Profil	Die internationale Ausstellung für handwerklich hergestelltes Speiseeis (MIG) zeigt alle wichtigen Innovationen: Rohstoffe und Zutaten, Maschinen und Ausrüstungen, Einrichtungen und Dienstleistungen für handgemachtes Speiseeis. Darüber hinaus werden Workshops, internationale Wettbewerbe, Präsentationen und technische Seminare angeboten. Auf der MIG treffen sich Manager von handwerklichen Eisdien, Schokoladen- und Joghurtläden sowie Cafés und Restaurants. Auch Akteure aus der italienischen und ausländischen Vertriebskette sind anwesend wie beispielsweise. Importeure und Verteiler, Verkäufer und Großhändler.
Termin	Turnus: jährlich 26. - 29. November 2023

SANA	
Adresse / Website	Viale della Fiera, 20 40127 Bologna Italien www.sana.it
Kontakt	Frau Claudia Castello, International Sales Manager E-Mail: claudia.castello@bolognafiere.it Tel.: +39 (0)5128 2844
Profil	Die SANA ist die größte Messe für gesunde Ernährung in Europa und das wichtigste Ereignis in der Welt der natürlichen Lebensmittel. Im Rahmen der SANA-Messe werden die neuesten Trends und Innovationen der Lebensmittelbranche präsentiert, Markttrends analysiert und sich gemeinsam den Herausforderungen rund um Bio, Natur, Gesundheit und Nachhaltigkeit gestellt.
Termin	Turnus: jährlich 05. - 08. September 2024

Sigep	
Adresse / Website	Via Emilia, 155 47921 Rimini Italien www.sigep.it
Kontakt	Frau Flavia Morelli, Group Exhibition Manager Food & Beverage E-Mail: flavia.morelli@iegexpo.it Tel.: +39 (0)5417 44815
Profil	Sigep ist eine internationale Messe für handwerklich hergestelltes Eis, Konditorei- und Backwaren. Die Messe findet jedes Jahr in Italien statt und ist ein wichtiges Ereignis für Fachleute aus der Konditorei-, Bäckerei- und Eisindustrie. Die Messe bietet einen umfassenden Überblick über Marktneuheiten wie Rohstoffe und Zutaten, Maschinen und Geräte, aber auch Möbel, Verpackungen und Dienstleistungen. Die Sigep ist ebenfalls Treffpunkt für den Austausch von Ideen, Trends und Visionen, die jedes Jahr von den wichtigsten Experten und Meinungsführern des Sektors vorgestellt werden.
Termin	Turnus: jährlich 20. - 24. Januar 2024

TUTTOFOOD	
Adresse / Website	Fiere di Parma S.p.A. Viale delle Esposizioni, 393A 43126 Parma Italien www.tuttofood.it
Kontakt	Frau Sara Paternoster, International Sales Manager E-Mail: s.paternoster@fiereparma.it Tel.: +39 (0)5219 96303
Profil	TUTTOFOOD ist die B2B-Messe für den Agrar- und Ernährungswirtschaftssektor, ein nationaler und internationaler Maßstab für die Entwicklung des Sektors und für die Entdeckung, Gestaltung und Lenkung der Wiederbelebung der Lebensmittelindustrie der Zukunft.
Termin	Turnus: alle zwei Jahre 05. - 08. Mai 2025

8.2 Verbände/Institutionen/öffentliche Einrichtungen

Associazione dei Birrai e dei Maltatori (ASSOBIRRA) – Verband der Brauereien und Mälzereien	
Adresse / Website	Via Pasteur, 10 00144 Rom Italien www.assobirra.it
Kontakt	Herr Andrea Bagnolini, Geschäftsführer E-Mail: segreteria@assobirra.it Tel.: + 39 (0)6590 3722
Profil	ASSOBIRRA ist das zentrale Bindeglied der italienischen Bierlieferkette und bringt die wichtigsten Unternehmen zusammen, die in Italien Bier und Malz herstellen und vermarkten. Die Mitglieder des Verbandes machen zusammen über 90 % der nationalen Bierproduktion und 72 % des in den Verkehr gebrachten Bieres aus.

Associazione delle Imprese di Grande Ristorazione e Servizi Multilocazione (AIGRIM) – Verband der großen Unternehmen des Gaststättengewerbes und der Dienstleistungen an mehreren Standorten	
Adresse / Website	Piazza G.G. Belli, 2 00153 Rom Italien www.aigrim.it
Kontakt	E-Mail: segreteria@aigrim.it Tel.: + 39 (0)6583 921
Profil	AIGRIM vereint die Gastronomieketten, die in Stadt-, Einkaufszentren, Autobahnraststätten, Flughäfen, Bahnhöfen und Häfen arbeiten. Zu den Formaten gehören Bars, Sandwichshops, Pizzerien, Bistros, Fast Food, Casual-Dining-Restaurants, ethnische Restaurants und Self-Service. Dem Verband sind die wichtigsten Catering-Unternehmen angeschlossen: Autogrill; Burger King, Chef Express, KFC, Lagardere, McDonalds, Areas MyChef, Roadhouse Grill, Sarni, sea service, Sirio. Diese Unternehmen beschäftigen mehr als 30 Tsd. Mitarbeiter, erzielen einen Umsatz von mehr als 3 Mrd. EUR und betreiben mehr als 3 Tsd. Gastronomiebetriebe im ganzen Land (direkt und im Franchising).

Associazione Distribuzione Moderna (ADM) – Verband für modernen Vertrieb	
Adresse / Website	Via Paleocapa, 7 20121 Mailand Italien www.adm-distribuzione.it
Kontakt	E-Mail: info@adm-distribuzione.it Tel.: + 39 (0)2777 212367
Profil	Die Mitgliedsunternehmen des ADM agieren hauptsächlich auf dem Fast Moving Consumer Goods (FMCG)-Markt im Lebensmittel- und im Non-Food-Bereich. Vertreten sind Unternehmen mit Markenprodukten, Eigenmarken des Handels, regionalen Produktlinien und niedrigpreisigen Produkten.

Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi (ASSICA) – Italienischer Verband der Fleischverarbeitenden Industrie	
Adresse / Website	Strada 4, Palazzo Q8 20089 Rozzano Milanofiori, Mailand Italien www.assica.it
Kontakt	Herr Pietro D'Angeli, Leiter E-Mail: assica@assica.it Tel.: + 39 (0)2892 5901
Profil	ASSICA vertritt ca. 900 Unternehmen, 4 Tsd. Züchter und 200 Schlachthöfe, die Wurstwaren, Schweine- und Rindfleischprodukte herstellen und in der Schweineschlachtung arbeiten. Der Verband arbeitet mit nationalen und internationalen öffentlichen Institutionen zusammen, um einen Regulierungsrahmen zu schaffen, der die Entwicklung des Sektors fördert.

Associazione Italiana Allevatori (AIA) – Italienischer Züchterverband der Viehzüchter und Landwirte	
Adresse / Website	Via XXIV Maggio, 44/45 00187 Rom Italien www.aia.it
Kontakt	Frau Cristina Simoni, Verwaltungssekretariat E-Mail: segreteriaaia@aia.it Tel.: +39 (0)6854 51204
Profil	Der Verband AIA fördert wirtschaftliche, wissenschaftliche, messebezogene, kulturelle und technische Aktivitäten. Im Laufe der Zeit hat sich die AIA auch als Gesprächspartner des Gesundheits-, Umwelt- und Außenministeriums, der Regionen sowie der gemeinschaftlichen und internationalen Organisationen akkreditiert. Er arbeitet mit führenden italienischen Universitäten, dem Nationalen Forschungsrat (CNR), Versuchsinstituten und Forschungskonsortien zusammen und beteiligt sich an wichtigen Projekten. Der Verband nimmt auch an wichtigen Messen und Branchenausstellungen teil und ist an europäischen und internationalen Projekten sowie Aktivitäten beteiligt.

Associazione Italiana dell'Industria di Marca (CENTROMARCA) – Italienischer Verband der Markenindustrie	
Adresse / Website	Via G. Serbelloni, 5 20122 Mailand Italien www.centromarca.it
Kontakt	Herr Francesco Mutti, Leiter E-Mail: infocenter@centromarca.it Tel.: + 39 (0)2777 2131
Profil	Unter den etwa 200 Verbandsmitgliedern befinden sich die wichtigsten Hersteller von Markenartikeln aus den Bereichen Lebensmittel, Getränke, Haushalts- und Körperpflegeprodukte, Elektrogeräte, Heimwerkerbedarf, Spielzeug und Unterhaltungselektronik.

Associazione Italiana Commercio Estero (AICE) – Italienischer Verband für Außenhandel	
Adresse / Website	Corso Venezia, 47 20121 Mailand Italien www.aicebiz.com
Kontakt	E-Mail: aice@unione.milano.it Tel.: + 39 (0)2775 0320
Profil	AICE verkörpert die Vereinigung für Unternehmen, die im Außenhandel arbeiten oder sich für die Entwicklungen auf internationalen Märkten interessieren. Sie vertritt über 800 italienische Unternehmen aller Branchen und Größen und bietet fachliche Unterstützung in allen Fragen des internationalen Handels.

Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche (ASSOBIBE) – Italienischer Verband der Erfrischungsgetränke	
Adresse / Website	Viale Pasteur, 10 00144 Rom Italien www.assobibe.it
Kontakt	Herr David Dabiankov Lorini, Geschäftsführer E-Mail: assobibe@assobibe.it Tel.: + 39 (0)6591 8891
Profil	ASSOBIBE vereint etwa 80 Unternehmen, die kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke, alkoholfreie Aperitifs, Energie- und Sportgetränke sowie trinkfertigen Tee herstellen und vermarkten. Dazu gehören große nationale und internationale Konzerne und auf regionaler Ebene kleine Hersteller, die sich auf bestimmte traditionelle italienische Getränke wie Chinotto, Gazosa und Kaffeegetränke sowie auf neue Nischenprodukte wie Bio- und Vintage-Getränke spezialisiert haben.

Associazione Italiana Lattiero Casearia (ASSOLATTE) – Italienischer Molkereiverband	
Adresse / Website	Via Adige, 20 20135 Mailand Italien www.assolatte.it
Kontakt	Präsident: Paolo Zanetti E-Mail: assolatte@assolatte.it Tel.: + 39 (0)2720 21817
Profil	ASSOLATTE ist der italienische Verband der milchverarbeitenden Industrie. Er vereint die Hersteller von Milch, Joghurts, Butter, Sahne und anderen Milchprodukten.

Associazione Nazionale Conservieri Ittici (ANCIT) – Nationale Vereinigung der Fischkonservenindustrie	
Adresse / Website	Sede Corso di Porta Nuova, 34 20121 Mailand Italien www.tonno360.it
Kontakt	Herr Simone Legnani, Einrichtungsleiter E-Mail: ancit@conservieriittici.it Tel.: +39 (0)2655 1938
Profil	Der im Jahr 1961 gegründete Verband ANCIT vertritt die Unternehmen der Fischkonservenbranche, insbesondere die Hersteller von Thunfischkonserven und anderen Fischkonserven, gesalzenen und geölten Sardellen, Makrelen, Sardinen, Venusmuscheln und Meeresfrüchtévorspeisen.

Associazione Nazionale della Ristorazione Collettiva e dei Servizi (ANGEM) – Nationaler Verband für Catering und Dienstleistungen	
Adresse / Website	Via Barozzi, 7 20122 Mailand Italien www.angem.it
Kontakt	Carlo Scarsciotti, Leiter E-Mail: info@angem.it Tel.: +39 (0)2762 81537
Profil	ANGEM ist der nationale Verband der Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung. Zu ihm gehören zwölf bedeutende Unternehmen der Branche.

Associazione Nazionale Imprese della Ristorazione (ANIR) – Nationaler Verband der Catering-Unternehmen	
Adresse / Website	Viale Pasteur, 6 00144 Rom Italien www.asso-anir.it
Kontakt	Herr Massimo Piacenti, Geschäftsführer E-Mail: segreteria@assoanir.it Tel.: + 39 (0)6454 73001
Profil	ANIR ist der Nationale Verband der Catering-Unternehmen, dessen Ziel es ist, die legitimen und allgemeinen Interessen der Mitgliedsunternehmen des Sektors zu fördern, zu vertreten und zu schützen.

Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare – Zentrale der Carabinieri für den Schutz der Agrar- und Ernährungswirtschaft	
Adresse / Website	Via Torino, 44 00184 Rom Italien www.carabinieri.it
Kontakt	E-Mail: ccpacdo@carabinieri.it Tel.: +39 (0)6487 781
Profil	Die Zentrale der Carabinieri für den Schutz der Agrar- und Ernährungswirtschaft stellt die Abteilung der Carabinieri dar, die Kontrollen durchführt zur Prävention und Bekämpfung von Betrug bei Landwirtschafts- und Lebensmittelprodukten, inkl. der Überprüfung der korrekten Etikettierung.

Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria (CREA) – Nationaler Rat für Agrarforschung und agrarökonomische Analysen	
Adresse / Website	Via della Navicella 2/4 00184 Rom Italien www.crea.gov.it
Kontakt	Herr Dr. Stefano Vaccari, Geschäftsführer E-Mail: crea@crea.gov.it Tel.: +39 (0)6478 36675
Profil	CREA ist die führende italienische Forschungseinrichtung im Bereich der Agrar- und Lebensmittelketten. Der Rat steht unter der Aufsicht des Ministeriums für Landwirtschaft, Ernährungssouveränität und Forstwirtschaft (MASAF). Das wissenschaftliche Fachwissen erstreckt sich auf die Bereiche Landwirtschaft, Tierzucht, Fischerei, Forstwirtschaft, Agroindustrie und Ernährung sowie den sozioökonomischen Bereich.

FEDERALIMENTARE – Federazione Italiana dell’Industria Alimentare	
Adresse / Website	Viale Pasteur, 10 00144 Rom Italien www.federalimentare.it
Kontakt	Frau Silvia Pelliccia, Sekretariat des Vorsitzes und der Verwaltung E-Mail: segreteria@federalimentare.it Tel.: +39 (0)6590 3380
Profil	FEDERALIMENTARE ist der Dachverband der italienischen Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Die Mitglieder der FEDERALIMENTARE sind die nationalen Fachverbände der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Diese vertreten die fast 7 Tsd. in ganz Italien verteilte Produktionsbetriebe mit jeweils mehr als neun Beschäftigte..

Federazione Italiana Cuochi (FIC) – Italienischer Verband der Köche und Gastronomen	
Adresse / Website	Piazza delle Crociate, 15/16 00162 Rom Italien www.fic.it
Kontakt	E-Mail: info@fic.it Tel.: +39 (0)6440 2178
Profil	Der FIC fördert und vertritt Köche und Gastronomen aus ganz Italien. Er organisiert verschiedene Aktivitäten und Veranstaltungen, um die kulinarische Kultur des Landes zu fördern. Der Verband hat verschiedene Abteilungen, die sich mit unterschiedlichen Aspekten der kulinarischen Welt befassen. Er arbeitet auch mit mehreren Partnern zusammen, um seine Ziele zu erreichen.

FEDERDISTRIBUZIONE	
Adresse / Website	Via Albricci, 8 20122 Mailand Italien www.federdistribuzione.it
Kontakt	Carlo Alberto Buttarelli, Leiter E-Mail: info@federdistribuzione.it Tel.: + 39 (0)2890 75150
Profil	FEDERDISTRIBUZIONE vereint die Unternehmen des modernen Vertriebs, die sowohl im Lebensmittel- als auch im Non-Food-Segment tätig sind und ihre Aktivitäten über physische Geschäfte sowie die neuesten digitalen Vertriebskanäle ausüben. FEDERDISTRIBUZIONE ist auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene aktiv, um das Wachstum der Unternehmen zu fördern und zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes beizutragen.

FEDERVINI	
Adresse / Website	Via Mentana, 2/B 00185 Rom Italien www.federvini.it
Kontakt	E-Mail: federvini@federvini.it Tel.: + 39 (0)6494 1630
Profil	FEDERVINI ist der italienische Verband der Hersteller, Exporteure und Importeure von Wein, Spirituosen, Likören, Sirupen, Essig und ähnlichen Produkten. FEDERVINI gehört zu den Gründungsmitgliedern von FEDERALIMENTARE, dem Zusammenschluss der nationalen Fachverbände des Lebensmittelsektors, und ist als solcher Teil von Confindustria, dem allgemeinen Verband der italienischen Industrie.

Istituto Superiore di Sanità (ISS) – Italienisches Institut für Gesundheit	
Adresse / Website	Viale Regina Elena, 299 00161 Rom Italien www.iss.it
Kontakt	Herr Dr. Andrea Piccioli, Geschäftsführer E-Mail: direzione.generale@iss.it Tel.: +39 (0)6499 05490
Profil	Das ISS ist das wichtigste Forschungs-, Kontroll- und technisch-wissenschaftlichen Beratungszentrum für öffentliche Gesundheit in Italien und ist für die Lebensmittelsicherheit und die öffentliche Gesundheit zuständig.

ITALMOPA – Associazione Industriali Mugnai d'Italia	
Adresse / Website	Via Lovanio, 6 00198 Rom Tel.: www.italmopa.com
Kontakt	E-Mail: italmopa@italmopa.com Tel.: + 39 (0)6678 5409
Profil	ITALMOPA ist der Fachverband der Mühlenbranche. Dem Verband sind 358 Mühlen angeschlossen, die sich in die zwei Gruppen – Weich- und Hartweizen – aufteilen.

Ministero della Salute – Italienisches Gesundheitsministerium	
Adresse / Website	Viale Giorgio Ribotta, 5 00144 Rom Italien www.salute.gov.it
Kontakt	E-Mail: spm@postacert.sanita.it Tel.: +39 (0)6599 41
Profil	Das italienische Gesundheitsministerium operiert auf zentraler Ebene und verantwortet die Lebensmittel- und Ernährungssicherheit. Auf örtlicher Ebene operieren folgende Behörden: UVAC, PCF und USMAF.

Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (MASAF) – Ministerium für Landwirtschaft, Ernährungssouveränität und Forstwirtschaft	
Adresse / Website	Via XX Settembre, 20 00187 Rom Italien www.politicheagricole.it
Kontakt	E-Mail: urp@politicheagricole.it Tel.: +39 (0)6466 51
Profil	Das MASAF ist zuständig für die Ausarbeitung und Koordinierung der Politik in den Bereichen Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Ernährung und Fischerei auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.

Uffici di Sanità Marittima, Aerea e di Frontiera (USMAF) – Maritime Gesundheitsämter	
Adresse / Website	Viale Giorgio Ribotta, 5 00144 Rom Italien www.salute.gov.it/portale/usmafsasn/
Kontakt	Regionale USMAF Stellen unter www.salute.gov.it/portale/usmafsasn
Profil	Die USMAF sind die zuständigen Behörden für den Import von Lebensmitteln nichttierischen Ursprungs aus Drittländern. Die Ämter unterliegen direkt dem Gesundheitsministerium und sind im ganzen Land gleichmäßig verteilt. Sie führen grenzüberschreitende Überwachungsmaßnahmen durch, nicht nur für Reisende und Verkehrsmittel, sondern auch für gesundheitlich wichtige Produkte wie Medizinprodukte, Kosmetika und in Italien nicht zugelassene Arzneimittel, die aus Nicht-EU-Ländern eingeführt werden.

Uffici Veterinari per gli Adempimenti Comunitari (UVAC) – Veterinärbehörde	
Adresse / Website	Viale Giorgio Ribotta, 5 00144 Rom Italien www.salute.gov.it/portale/uvacpif
Kontakt	Herr Dr. Angelo Donato, Leiter E-Mail: a.donato@sanita.it Tel.: +39 (0)6599 46418
Profil	Der UVAC obliegt die Überwachung und Erfüllung der Gemeinschaftsverpflichtungen. Zu den Aufgaben der Behörde gehört der Import von Lebensmitteln tierischen Ursprungs sowie von lebenden Tieren und Futtermitteln aus EU-Ländern. Die Grenzkontrollstellen (Posti Di Ispezione Frontaliera, PCF), die im UVAC angesiedelt sind, sind für die Kontrolle der o. g. Importe zuständig.

Unione Italiana Food (UIF)	
Adresse / Website	Viale del Poggio Fiorito, 61 00144 Rom Italien www.unioneitalianafood.it
Kontakt	E-Mail: unionfood@unionfood.it Tel.: + 39 (0)6809 1071
Profil	Als einer der wichtigsten Verbände der italienischen Lebensmittelindustrie entstand UIF aus dem Zusammenschluss des Verbandes der italienischen Süßwaren- und Teigwarenindustrie (AIDEPI) und des Italienischen Verbandes der Lebensmittelindustrie (AIIPA). Dem Verband UIF sind 550 Unternehmen mit 900 Marken angeschlossen, die insgesamt 51 Mrd. EUR generieren. UIF vertritt über 20 unterschiedliche Produktkategorien und untergliedert sich in 13 Fachbereiche: Kaffee, Getreide, Süßwaren, Schokolade, Eiscreme, Ernährung und Gesundheit, Spezialnahrung, Pasta, Lebensmittelzubereitungen, Lebensmittelprodukte, Bäckereiprodukte, Tiefkühlprodukte, pflanzliche Produkte.

8.3 Lebensmitteleinzelhandel

Carrefour Italia S.p.A.	
Adresse / Website	Via Caldera, 21 20153 Mailand Italien www.carrefour.it
Kontakt	E-Mail: gruppocarrefour_italia@carrefour.com Tel.: +39 800 650 650
Umsatz	4,4 Mrd. EUR (2023)
Mitarbeiterzahl	15 Tsd.
Profil	Carrefour Italia S.p.A. ist seit 1972 in Italien vertreten und im großflächigen Einzelhandel mit einem Multiformat-Netz von rund 1,5 Tsd. Geschäften in 19 Regionen, von denen mehr als 1,2 Tsd. im Franchising betrieben werden, sowie mit Online-Shopping-Services tätig.

Conad S.C.	
Adresse / Website	Via Michelino, 59 40127 Bologna Italien www.conad.it
Kontakt	E-Mail: info@conad.it Tel.: +39 (0)5150 8111
Umsatz	18,5 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	74,4 Tsd.
Profil	Conad S.C. ist ein italienischer Kooperationsverband von Einzelhändlern mit Sitz in Bologna. Der Verband vereint 3,4 Tsd. angeschlossene Verkaufsstellen in ganz Italien. Die Lebensmittelgeschäfte sind in fünf regionalen Conad-Genossenschaften vereint und treten unter den Marken Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Margherita Conad, Saponi&Dintorni Conad und Todis auf. Außerhalb Italiens ist der Verband außerdem in Albanien, China, Hongkong, Kosovo, Serbien, Malta und San Marino vertreten.

Coop Italia S.C.	
Adresse / Website	Via A. Doria, 7 06061 Castiglione del Lago Italien www.coop.it
Kontakt	E-Mail: segreteria.commerciale@coopitalia.coop.it . Tel.: +39 800 8055 80
Umsatz	16,1 Mrd. EUR (2023)
Mitarbeiterzahl	59,5 Tsd.
Profil	Die Coop Italia S.C. ist eine der größten Einzelhandelsketten in Italien. Sie betreibt Super- und Hypermärkte (ipercoop) sowie den Discounter Dico.

CRAI Secom S.p.A.	
Adresse / Website	Strada di Olgia Vecchia, 2 20054 Segrate, Mailand Italien www.crai-supermercati.it
Kontakt	E-Mail: Tel.: +39 (0)2210 1091
Umsatz	6 Mrd. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	20 Tsd.
Profil	CRAI Secom S.p.A. ist ein italienischer Genossenschaftsbund von Einzelhändlern, die Einkaufsläden unter dem Namen CRAI führen. In dem Verband sind 3,4 Tsd. Filialen sowie selbstständig geführte Drogerie- und Supermärkte organisiert. Die Geschäfte gehören etwa 1 Tsd. Genossenschaftsmitgliedern. CRAI-Geschäfte gibt es auch in Albanien, Malta und der Schweiz. Schwerpunkt von CRAI mit 3,1 Tsd. Verkaufsstellen – zwei Drittel davon Lebensmittelgeschäfte – ist jedoch Italien.

Esselunga S.p.A.	
Adresse / Website	Via Vittor Pisani, 20 20124 Mailand Italien www.esselunga.it
Kontakt	E-Mail: info@esselungs.it Tel.: +39 800 666 555
Umsatz	8,8 Mrd. EUR (2023)
Mitarbeiterzahl	25 Tsd.
Profil	Esselunga S.p.A. ist im großflächigen Einzelhandel in Nord- und Mittelitalien mit Supermärkten und Superstores tätig. Unter der Aufsicht von Supermarkets Italiani verwaltet Esselunga S.p.A. rund 8,7 % des Umsatzes in italienischen Super- und Hypermärkten mit über 170 Geschäften in den Regionen Lombardei, Venetien, Piemont, Emilia-Romagna, Toscana, Ligurien und Latium.

Lidl Italia S.r.l.	
Adresse / Website	Via Augusto Ruffo, 36 37040 Arcole Italien www.lidl.it
Kontakt	E-Mail: assistenzaclienti@lidl.it Tel.: +39 (0)4561 35111
Umsatz	5,9 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	1,5 Tsd.
Profil	Lidl Italia S.r.l. ist die italienische Tochtergesellschaft der Supermarktkette Lidl, die zur deutschen Schwarz Gruppe gehört. Lidl ist dafür bekannt, dass es eine breite Palette von Produkten zu erschwinglichen Preisen anbietet, darunter Lebensmittel, Haushaltsprodukte, Kleidung und Körperpflegeartikel. Die Strategie von Lidl basiert auf dem Angebot von Qualitätsprodukten zu niedrigen Preisen, häufig über Eigenmarken oder Vertriebsmarken. In seinen Filialen in Italien bietet Lidl eine Vielzahl von lokalen und internationalen Produkten an. Das Unternehmen ist auch für seine Wochenangebote und Sonderaktionen bekannt, die Verbraucher anziehen, die auf der Suche nach günstigen Angeboten sind.

8.4 Importeure/Hersteller

Barilla G. e R. Fratelli S.p.A.	
Adresse / Website	Via Mantova, 166 43100 Parma Italien www.barilla.it
Kontakt	E-Mail: ufficiorelazioniesterne@barilla.it Tel.: +39 800 8623 23
Umsatz	3,9 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	ca. 8,7 Tsd.
Profil	Barilla G. e R. Fratelli S.p.A. ist ein weltweit führendes Unternehmen auf dem Pasta-Markt sowie im Segment Fertigsaucen. In Italien tritt es mit den Marken Barilla und Voiello auf, außerdem im Backwarenbereich mit Mulino Bianco, Pavesi und Wasa.

Conserve Italia Soc. Coop. Agricola	
Adresse / Website	Via Paolo Poggi, 11 40068 San Lazzaro di Savena, Bologna Italien www.conserveitalia.it
Kontakt	E-Mail: conserveitalia@ccci.it Tel.: +39 (0)5162 28311
Umsatz	1 Mrd. EUR (2023)
Mitarbeiterzahl	3 Tsd.
Profil	Conserve Italia Soc. Coop. Agricola ist einer der wichtigsten Konservenhersteller in Italien. Das Unternehmen führt in folgenden Sektoren den Markt an: Fruchtsäfte für den Einzelhandel und die Gastronomie (Yoga, Derby Blue, Valfrutta), Tomatenderivate: (Cirio, Valfrutta, Jolly Colombani), Gemüsepräparate für Aperitifs (Valfrutta und Cirio) sowie Früchte in Sirup (Valfrutta).

F.lli De Cecco Di Filippo – Fara San Martino S.p.A.	
Adresse / Website	Via F. De Cecco 66015 Fara San Martino Italien www.dececco.com
Kontakt	E-Mail: helponline@dececco.it Tel.: +39 (0)8729 861
Umsatz	494,5 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	571
Profil	F.lli De Cecco Di Filippo – Fara San Martino S.p.A. ist einer der wichtigsten Nudelhersteller in Italien. Das Unternehmen produziert Trockenteigwaren, natives Olivenöl extra, Fertigsaucen und Tomatenderivate.

Grissitalia S.r.l.	
Adresse / Website	Via Valle Bartolomeo, 37 15122 Alessandria Italien www.grissitalia.it
Kontakt	E-Mail: info@grissitalia.it Tel.: +39 (0)1315 9153
Umsatz	55,2 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	ca. 150
Profil	Grissitalia S.r.l. ist ein führender Hersteller insbesondere von frischem Brot, Weichbrot, Tiefkühlbrot und Sticks in allen Geschmacksrichtungen.

Salumificio Fratelli Beretta S.p.A.	
Adresse / Website	Via Fratelli Bandiera, 12 20056 Trezzo sull'Adda, Mailand Italien www.fratelliberetta.com
Kontakt	E-Mail: info@fratelliberetta.com Tel.: +39 (0)2909 851
Umsatz	1.087 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	ca. 400
Profil	Salumificio Fratelli Beretta S.p.A. ist marktführender italienischer Hersteller von Schinken- und Wurstwaren. Das Unternehmen zeichnet sich durch sein umfassendes Angebot an verpackten Wurstwaren, Speckwürfelchen und Salami aus, verfügt jedoch auch über ein breites Sortiment an Schinken, Kochwürsten, Porchetta und gekochten Produkten für die Bedienungstheke. Im Angebot stehen auch Snacks für Kinder mit Mini-Salamis und fertige Sandwiches. Die Marke Wüber avancierte für die italienischen Verbraucher zum Synonym für Würstchen.

Sanpellegrino S.p.A.	
Adresse / Website	Via del Mulino, 6 20090 Assago, Mailand Italien www.sanpellegrino-corporate.it
Kontakt	E-Mail: relazioni.esterne@waters.nestle.com Tel.: +39 (0)2818 11
Umsatz	981 Mio. EUR (2019)
Mitarbeiterzahl	1,4 Tsd.
Profil	Sanpellegrino S.p.A. ist einer der größten Mineralwasser- und Getränkehersteller in Italien. Das Portfolio umfasst eine breite Palette von Erfrischungsgetränken und Aperitifs (Sanbiter, Gingerino), Orangen und Zitronenlimonaden sowie Mix-Produkten.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

September 2023

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

enviacon international
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstr. 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Alba Elena Scheffler

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

Das BMEL ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[@Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

[@bmel_bund](https://www.youtube.com/@bmel_bund)

www.agrarexportfoerderung.de

