Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

Der Markt für Lebensmittel in Italien

Marktstudie im Rahmen der BMLEH Agrarexportförderung
Dezember 2025

bmleh.de

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis 4
Abbildungsverzeichnis 4
Abkürzungsverzeichnis 4
1. Executive Summary 5
2. Einleitung 6
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick 7
3.1 Länderkurzinformation 7
3.2 Wirtschaftslage 8
3.3 Außenwirtschaftspolitik 10
3.4 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung 11
4. Lebensmittel in Italien 13
4.1 Marktüberblick 13
4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt 14
4.3 Verbrauchernachfrage und Konsumtrends 14
4.4 Außenhandel im Lebensmittelsektor 17
4.6 Regelungen zum Import 21
4.6.1 Importbedingungen und administrative Voraussetzungen 21
4.6.2 Kennzeichnungsvorschriften (Labelling und Prüfungen) 22
4.6.3 Zulassungsvoraussetzungen der Lieferbetriebe 23
4.6.4 Zollprozeduren und Zollsätze 24
5. Überblick über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten 26
5.1 Fachmessen 26
5.2 Öffentliche Einrichtungen/ Institutionen/ Verbände 30
5.3 Lebensmitteleinzelhandel 45
5.4 Importeure 49

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Veränderung der Konsumausgaben im Lebensmittelbereich in Italien 2024 (gegenüber 2023) 15
Tabelle 2: Agrar- und Lebensmittelexport (Januar – November 2024, in Mio. EUR) 18
Tabelle 3: SWOT-Analyse 25

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Landkarte Italien 7
Abbildung 2: Italiens BIP 2005 - 2024, Prognose bis 2027 (in Mrd. EUR) 9
Abbildung 3: Importgüter nach Produktkategorie 2024 11
Abbildung 4: Lebensmittelpreisinflation Nov. 2024 – Nov. 2025, Prognose bis Sep. 2026 (in %) 14

Abkürzungsverzeichnis

%	Prozent
ASL	Aziende Sanitarie Locali (Lokale Gesundheitsbehörden)
BIP	Bruttoinlandsprodukt
DOP	Denominazione di Origine Protetta (Geschützte Ursprungsbezeichnung)
EG	Europäische Gemeinschaft
EU	Europäische Union
EUR	Euro
HoReCa	Hotel, Restaurant und Cafés
ISMEA	Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare
LMIV	Lebensmittelinformationsverordnung
Mio.	Million
Mrd.	Milliarde
NATO	North Atlantic Treaty Organization
Tsd.	Tausend

1. Executive Summary

Italien gehört mit rund 60 Mio. Einwohnern und einem BIP von über 2.000 Mrd. EUR zu den wichtigsten Volkswirtschaften Europas. Trotz moderaten Wachstums und struktureller Herausforderungen wie regionale Disparitäten bleibt der Markt stabil, stark industrialisiert und eng in die EU eingebettet. Der Agrar- und Lebensmittelsektor zählt zu den zentralen Säulen der italienischen Wirtschaft und war auch 2024 ein wesentlicher Wachstumstreiber.

Der Lebensmittelmarkt befindet sich in einer Phase deutlicher Veränderung. Nach einer inflationsbedingten Belastung stabilisierte sich die Nachfrage 2024; gleichzeitig verschieben sich Konsummuster hin zu pflanzlichen, gesunden und nachhaltigen Produkten. Besonders funktionelle Lebensmittel und natürliche Zutaten gewinnen an Bedeutung, während traditionelle Grundnahrungsmittel teilweise rückläufig sind. Rund neun Prozent der Italiener leben vegetarisch oder vegan, was das Wachstum spezialisierter Produktsegmente unterstützt. Parallel treiben Food-Tech-Innovationen, alternative Proteine und digitale Anwendungen die Modernisierung des Sektors voran, während E-Commerce und datenbasierte Lösungen an Relevanz gewinnen.

Italien bleibt ein wichtiger Handelspartner für Deutschland, auch im im Agri-Food-Bereich. Knapp 15 % der Warenimporte Italiens stammen aus Deutschland. Trotz globaler Unsicherheiten wird für das Jahr 2025 eine stabile Exportentwicklung erwartet.

Für deutsche Unternehmen bietet der Markt gute Rahmenbedingungen: Der Marktzugang ist vollständig durch EU-Recht harmonisiert, es bestehen keine Zölle oder Zollformalitäten. Wesentliche Anforderungen betreffen Lebensmittelsicherheit, Hygiene, Rückverfolgbarkeit und die verpflichtende Etikettierung in italienischer Sprache. Die starke Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, gesunden und nachhaltigen Produkten eröffnet attraktive Chancen für Anbieter innovativer Lebensmittel.

Insgesamt präsentiert sich Italien als anspruchsvoller, aber hochattraktiver Markt mit ausgeprägter Konsumkraft, starker Exportorientierung und wachsender Innovationsdynamik. Erfolgsfaktoren sind eine klare Produktpositionierung, das Verständnis regionaler Marktstrukturen und eine enge Zusammenarbeit mit etablierten Vertriebs- und Hotel-, Restaurant- und Catering-Netzwerken (HoReCa).

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum italienischen Lebensmittelmarkt wurde im Dezember 2025 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) 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 wird der italienische Lebensmittelmarkt beleuchtet. Anschließend werden die Konsumtrends und Marktakteure der Lebensmittelindustrie in Italien betrachtet und Daten zu Import und Export aufgeführt.

Die Studie schließt mit einer Auflistung relevanter Verbände und Behörden sowie Fachmessen und wichtiger Fachmedien der Branche, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation



Abbildung 1: Landkarte Italien

Quelle: BPB

Italien, offiziell die Italienische Republik, liegt im Süden Europas, mit Rom als Hauptstadt. Das Land erstreckt sich über eine Fläche von rund 301.340 km² und wird im Norden durch die Alpen begrenzt. Die Republik setzt sich aus dem Festland, der italienischen Halbinsel und mehreren Inseln zusammen.

Das italienische Festland grenzt an Frankreich, die Schweiz, Österreich, San Marino, Slowenien und Vatikanstadt, während die übrigen Regionen vom Ligurischen, Tyrrhenischen, Ionischen und Adriatischen Meer umschlossen werden. Zu den größten Inseln zählen Sizilien und Sardinien, daneben existieren zahlreiche kleinere Inselgruppen.[1]

Italien ist administrativ in 20 Regionen aufgeteilt, die sich wiederum in 103 Provinzen unterteilen.[2] Mit mehr als 60 Mio. Einwohnern ist Italien das viertbevölkerungsreichste Land der Europäischen Union (EU). Der Großteil der Bevölkerung lebt in den Küstenregionen und in den wirtschaftlich stärker entwickelten Ebenen Norditaliens. Die demografische Struktur des Landes ist durch eine alternde Gesellschaft, eine niedrige Geburtenrate und eine der weltweit höchsten Lebenserwartungen gekennzeichnet (79,1 Jahre für Männer und 84,3 Jahre für Frauen). Diese Entwicklung wirkt sich zunehmend auf die Sozial- und Arbeitsmarktpolitik aus und stellt langfristige Herausforderungen für das Renten- und Gesundheitssystem dar.[3]

Politisch ist Italien eine parlamentarische Demokratie mit einem Mehrparteiensystem. Das Parlament besteht aus zwei Kammern: dem Abgeordnetenhaus (Camera dei Deputati) und dem Senat (Senato della Repubblica). Der Präsident der Republik fungiert als Staatsoberhaupt, während der Ministerpräsident die Regierung leitet. Italien ist

[1] Bpb (2025): Allgemeine Geschäftsbedingungen (mit gesetzlichen Informationen). https://www.bpb.de, zuletzt aufgerufen: 12.10.2025
[2] Welt-Atas.de (2023): Karte von Italien: https://www.welt-atlas.de, zuletzt aufgerufen: 13.10.2025
[3] Asil (2025): L'Italia. https://www.asils.it, zuletzt aufgerufen: 13.10.2025

Gründungsmitglied der EU und Mitglied zahlreicher internationaler Organisationen, darunter der North Atlantic Treaty Organization (NATO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), des Europarats, der Vereinten Nationen und des Schengener Abkommens. Zudem gehört das Land den G7 und den G20 an.[4]

Das Land zählt außerdem zu den fünf meistbesuchten Tourismusdestinationen der Welt und profitiert stark vom internationalen Reiseverkehr. Neben dem Tourismus prägen Design, Mode, Automobilbau, Maschinenbau und Lebensmittelproduktion das internationale Image und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit Italiens.

Im Agrar- und Lebensmittelsektor nimmt Italien eine Spitzenposition innerhalb der EU ein. Das Land verfügt über die höchste Zahl zertifizierter Agrar- und Lebensmittelprodukte – geschützte geografische Angabe (g. g. A.), geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.) und garantiert traditionelle Spezialität (g. t. S.) – und steht für eine weltweit anerkannte kulinarische Tradition, die eng mit der mediterranen Ernährungsweise verbunden ist.

Italien ist infrastrukturell hervorragend erschlossen. Zahlreiche internationale Flughäfen sichern eine gute Anbindung an europäische und interkontinentale Märkte. Das Hochgeschwindigkeitsbahnnetz (Alta Velocità) verbindet die wichtigsten Städte des Landes schnell und komfortabel miteinander. Die Verkehrsanbindung über Straße, Schiene und See stellt einen bedeutenden Standortvorteil dar, insbesondere für exportorientierte Unternehmen.[5]

3.2 Wirtschaftslage

Italien zählt mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von über 2.000 Mrd. EUR zu den größten Volkswirtschaften der EU und belegt hinter Deutschland und Frankreich den dritten Platz. Die wirtschaftliche Entwicklung des Landes ist durch eine breite industrielle Basis, eine starke Binnenmarktdynamik und eine bedeutende Rolle des Agrar- und Lebensmittelsektors geprägt. Letzterer bleibt auch im Jahr 2024 eine der zentralen Triebkräfte der italienischen Wirtschaft.[6]

[4] Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (2025): . https://www.esteri.it , zuletzt aufgerufen: 13.10.2025
[5] Asil (2025): L'Italia. https://www.asils.it, zuletzt aufgerufen: 13.10.2025
[6] GTAI (2024): Italien ist für Deutschland ein großer Absatz- und Liefermarkt. https://www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025

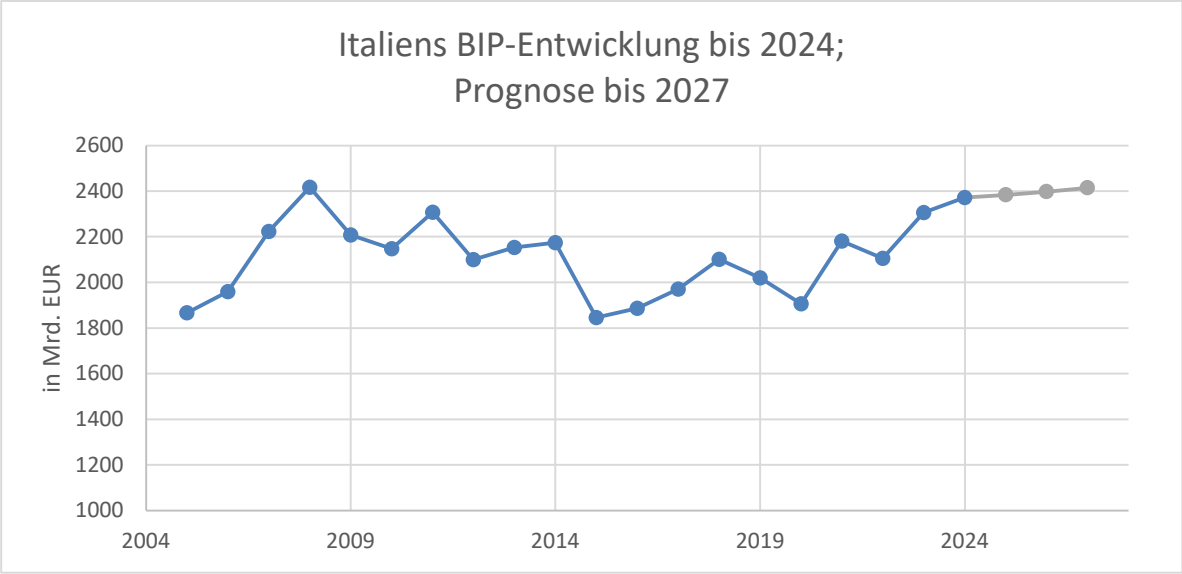

Abbildung 2: Italiens BIP 2005 - 2024, Prognose bis 2027 (in Mrd. EUR)

Quelle: eigene Darstellung nach Daten der Banca d'Italia

Insgesamt konnte die italienische Wirtschaft im Jahr 2023 ein Wachstum von 4,82 % und 2024 von 0,72 % verzeichnen. Prognosen der Bank of Italy (Banca d'Italia) erwarten Wachstumsraten in den kommenden Jahren zwischen 0,6 und 0,8 %.[7] Das volkswirtschaftliche Niveau vor der COVID-19 Pandemie wurde überschritten, bis Ende 2024 wurde aber das BIP-Level von 2008 (Jahr der globalen Finanzkrise) noch nicht erreicht. Das Wirtschaftswachstum nach den Pandemiejahren liegt damit über dem der beiden größten Volkswirtschaften der EU, Deutschland und Frankreich.[8]

Nach Angaben des italienischen Statistikamtes Istat (Istituto Nazionale di Statistica) verzeichneten sowohl das Produktionsvolumen als auch die Wertschöpfung in der Landwirtschaft im Jahr 2024 ein deutliches Plus. Italien konnte dadurch seine Position als führender europäischer Agrarproduzent vor Spanien und Frankreich weiter festigen. Das Produktionswachstum erstreckte sich auf die Bereiche Ackerbau, Viehzucht sowie landwirtschaftliche Nebentätigkeiten wie Direktvermarktung, Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse, Agrotourismus und erneuerbare Energien, während die landwirtschaftlichen Dienstleistungen leicht rückläufig waren. Besonders günstig verlief das Jahr für Obst, Frischgemüse und Wein, während Getreide, Olivenöl und Futtermittel rückläufige Ergebnisse zeigten.[9]

[7] Banca d'Italia (2025): Macroeconomic Projections For The Italian Economy. https://www.bancaditalia.it, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[8] Tagesschau (2024): Welche EU-Staaten beim Wachstum vorn liegen. https://www.tagesschau.de, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[9] ISMEA (2025): Agroalimentare - Ultime dal settore. Agroalimentare settore trainante per l'economia italiana nel 2024 https://www.ismeamercati.it, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025

3.3 Außenwirtschaftspolitik

Italien ist eine der führenden Exportnationen Europas und gehört zu den wichtigsten Handelspartnern Deutschlands innerhalb der EU, gefolgt von Frankreich, Spanien und den Niederlanden.[10] Das Land profitiert von seiner zentralen Lage im Mittelmeerraum, die kurze Transportwege zu europäischen Märkten ermöglicht.[11] Die deutsch-italienischen Beziehungen sind traditionell eng und von historischer Verbundenheit geprägt. Heute bilden die zentrale Lage in Europa, die Mitgliedschaft in der NATO und der EU sowie die enge wirtschaftliche Verflechtung eine stabile Grundlage für die bilaterale Zusammenarbeit.

Die italienische Außenwirtschaftspolitik ist stark exportorientiert und zielt zunehmend auf eine strategische Diversifikation ihrer internationalen Wirtschaftsbeziehungen ab. Mit ihrer sogenannten „Wachstums-Diplomatie“ positioniert sich die Regierung als aktive Förderin außenwirtschaftlicher Expansion. Das Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) fungiert dabei als zentrale Steuerungs- und Koordinationsstelle, um italienische sowie internationale Unternehmen bei der Erschließung neuer Märkte zu unterstützen. Ein aktuelles Beispiel hierfür ist der im Mai 2025 veröffentlichte Aktionsplan für Exporte in nicht-europäische Hochpotenzialmärkte, mit dem Italien das Ziel verfolgt, den Exportwert bis 2027 auf rund 700 Mrd. EUR zu steigern.[12] Parallel dazu wird eine verstärkte Öffnung gegenüber Märkten außerhalb der traditionellen EU- und US-Beziehungen angestrebt – insbesondere in Afrika, dem Nahen Osten, Südostasien und Lateinamerika.[13]

Italien importierte 2024 Waren im Wert von rund 612,6 Mrd. USD. Das wichtigste Lieferland bleibt dabei mit großem Abstand Deutschland (14,9 %). Im Jahr 2024 belief sich der Warenimport des Landes auf rund 240 Mrd. € gegenüber Nicht-EU-Partnern, nach einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr, was die Bedeutung stabiler globaler Lieferketten unterstreicht. Die größten Importpartner neben Deutschland sind China und Frankreich. Vor allem werden Energie- und Rohstoffe, Maschinen, Fahrzeugteile und chemische Erzeugnisse bezogen.[14] (Siehe Abbildung 3)

[10] GTAI (2024): Italien bietet viele Lieferchancen. https://www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[11] GTAI (2024): Italien ist für Deutschland ein großer Absatz- und Liefermarkt. https://www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[12] Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (2025): Action plan for Italian exports to high-potential non-EU markets. https://www.esteri.it, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[13] ISPI (2024): Rebooting Italy’s Africa Policy Making the Mattei Plan Work. www.ispionline.it, zuletzt aufgerufen: 18.10.2025
[14] GTAI (2024): Wirtschaftsdaten kompakt – Italien. www.gtai.de, zuletzt aufgerufen am 19.12.2025



Abbildung 3: Importgüter nach Produktkategorie 2024

Quelle: Eigene Darstellung nach Werten von GTAI

Somit entwickelt sich Italien zunehmend zu einem aktiven und attraktiven Partner im internationalen Handel, sowohl als eigenständiger Absatz- und Investitionsmarkt als auch als strategisches Sprungbrett in neue Wachstumsregionen. Chancen ergeben sich insbesondere im exportstarken italienischen Agrar- und Ernährungssektor (Agri-Food), der traditionell enge Verflechtungen zum deutschen Markt hat.[15]

3.4 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Italien verfügt über einen hohen Lebensstandard und ein umfassendes soziales Sicherungssystem. Gleichzeitig ist die Volkswirtschaft durch eine hohe Steuerbelastung und eine beträchtliche Staatsverschuldung geprägt. Zwischen den wirtschaftlich starken Regionen Nord- und Mittelitaliens sowie den strukturschwächeren Gebieten im Süden bestehen weiterhin deutliche Entwicklungsunterschiede. Diese regionale Disparität zeigt sich in Einkommensniveaus, Beschäftigungsstrukturen und Investitionsbedingungen. Die Lebenshaltungskosten variieren je nach Region und Lebensstil.[16]

In Italien wächst der Wohlstand, aber die Teilhabe daran erfolgt nicht gleichmäßig. Trotz des wirtschaftlichen Wachstums zeigt sich gleichzeitig eine zunehmende Ungleichheit bei der Wohlstandsverteilung. So ist das Nettogesamtvermögen in Italien zwischen 2010 und 2023 um etwa 14 % gestiegen; dennoch profitierten vor allem Haushalte im obersten Zehntel der Vermögensverteilung. Laut der Banca d'Italia hielten die obersten 10 % der Haushalte im

[15] Tranding Economics (2024): Italy Exports to Germany https://tradingeconomics.com, zuletzt aufgerufen: 14.10.2025
[16] Asil (2025): L'Italia. https://www.asils.it, zuletzt aufgerufen: 13.10.2025

Jahr 2023 rund 60 % des Gesamtvermögens, während die unteren 50 % lediglich ca. 7 % hielten. Damit wird deutlich, dass der Gesamtwohlstand zwar steigt, doch die Teilhabe daran stark selektiv ist. [17]

In Italien existiert eine große Zahl kleiner und mittlerer Unternehmen, viele davon in regionalen Clustern organisiert. Diese Unternehmenslandschaft war lange ein Erfolgsmodell für Wachstum. Gleichwohl zeigt eine Analyse von Unternehmensgewinnen für den Zeitraum 2014 – 2023 eine ausgeprägte Ungleichheit bei der Verteilung von Profiten unter italienischen Firmen. Dabei erzielen einige wenige Unternehmen hohe Gewinne, während viele kleinere Unternehmen deutlich schwächer abschneiden. [18]

[17] China Daily (2024): Italy experiences decade of growth marred by deepening inequality. https://global.chinadaily.com.cn, zuletzt aufgerufen: 16.10.2025
[18] EM Plus (2025): Corporate profits: factors of inequality among Italian firms. https://emplus.egeaonline.it, zuletzt aufgerufen: 16.10.2025

4. Lebensmittel in Italien

4.1 Marktüberblick

Der Lebensmittel- und Getränkesektor in Italien erweist sich nach wie vor als eine der Säulen der nationalen Wirtschaft und bestätigt damit seine Fähigkeit, sich auch in komplexen wirtschaftlichen Kontexten anzupassen und zu erneuern. Das Jahr 2024 brachte zahlreiche Herausforderungen für diesen Sektor mit sich, von anhaltender Inflation über veränderte Ernährungsgewohnheiten der Verbraucher bis hin zur digitalen Entwicklung und neuen Anforderungen zur Förderung der Nachhaltigkeit.[19]

Die Lebensmittelbranche befindet sich in einem ständigen Wandel, wobei die Zufriedenheit der Verbraucher stets im Vordergrund steht. Marktanalysen im Bereich der Gastronomie zeigen eine steigende Nachfrage nach gesünderen und erschwinglicheren Lebensmitteloptionen, was die Branche zu Innovationen in den Produktions- und Vertriebsprozessen veranlasst. Künstliche Intelligenz beginnt, eine wichtige Rolle zu spielen, um den Trends im Food-Service gerecht zu werden, das Kundenerlebnis zu optimieren und Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

Die italienische Lebensmittelindustrie ist weltweit führend in diesem Sektor, bietet hochwertige Produkte an und fördert einen gesunden Lebensstil.

Die rund 725.000 Unternehmen dieser Branche, die im Dezember 2024 erfasst wurden, verteilen sich wie folgt auf die verschiedenen Kategorien:[20]

- Großhandel mit Getränken: 0,8 %
- Großhandel mit Lebensmitteln: 1,3 %
- Groß- und Einzelhandelsketten: 13,1 %
- Einzelhandel mit Lebensmitteln und Getränken: 21,6 %
- HoReCa: 63,2 %

Dennoch importiert auch Italien im Lebensmittelsektor. Aus Deutschland etwa stammt eine breite Palette von Lebensmitteln und Agrarprodukten, die im italienischen Markt stark nachgefragt werden. Dazu zählen insbesondere Milch und Milchprodukte wie Milchpulver, Joghurt, Butter und Käse, aber auch Backwaren, Süßwaren, Schokoladenzubereitungen und Zucker. Ebenfalls relevant sind Fleischwaren, etwa Schweine- und Geflügelprodukte, sowie verarbeitete Produkte wie Suppen, Soßen und Tiernahrung. Darüber hinaus importiert

[19] Food4Mind (2025): Food&Beverage: un'analisi del settore nel 2024, con un occhio al 2025. https://www.food4mind.it, zuletzt aufgerufen: 20.10.2025
[20] CRIBIS (2024): Food & Beverage: prelibatezze italiane sulla tavola delle feste nonostante i rincari. Andamento e analisi del settore nel 2024 https://www.cribis.com, zuletzt aufgerufen: 18.10.2025

Italien biologische und vegetarische Produkte, Fruchtsäfte, Bier, Liköre und Gin aus Deutschland, bei vielen dieser Gruppen ist Deutschland sogar einer der wichtigsten Lieferanten.[21]

4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt

Die Lebensmittelkosten in Italien stiegen im September 2025 um 3,7 % gegenüber dem Vorjahresmonat.[22] Die Lebensmittelinflation in Italien wird laut den globalen Makromodellen von Trading Economics und den Erwartungen der Analysten bis zum Ende des vierten Quartals 2025 voraussichtlich 3,2 % betragen. Langfristig wird die Lebensmittelinflation in Italien laut Schätzungen zufolge im Jahr 2026 bei etwa 3,0 % und im Jahr 2027 bei etwa 2,0 % liegen.[23] Quelle: Trading Economics

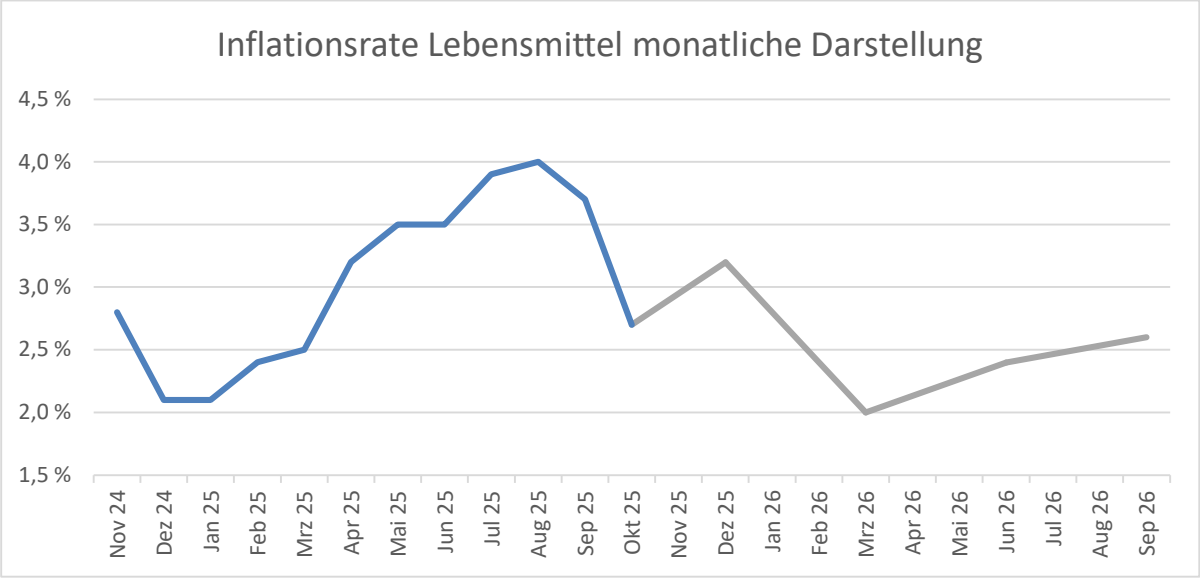

Abbildung 4: Lebensmittelpreisinflation Nov. 2024 – Nov. 2025, Prognose bis Sep. 2026 (in %)

Aktuelle Preisangaben sowie Entwicklungstendenzen zu den einzelnen Produktgruppen, einschließlich Durchschnitts-, Erzeuger- und Kilopreise, Preisveränderungen im Jahresverlauf und Prognosen, sind auf der Website des Instituts für Dienstleistungen im Agrar- und Lebensmittelmarkt (ISMEA) einsehbar. Die Daten werden dort regelmäßig aktualisiert und nach Warengruppen des Agrar- und Lebensmittelsektors detailliert ausgewiesen: www.ismeamercati.it/analisi-e-studio-filiere-agroalimentari

4.3 Verbrauchernachfrage und Konsumtrends

Nach einer hohen Inflation in den Jahren 2022 und 2023 kam es 2024 zu einer leichten Erholung der Kaufkraft und der Konsummengen. Laut dem ISMEA stiegen die

[21] GTAI (2023): Ernährungswirtschaft Italien - Zurück zum Essenzielle. www.gtai.de, zuletzt aufgerufen am 19.12.2025
[22] Trading Economics (2025): Italy Food Inflation. https://tradingeconomics.com, zuletzt aufgerufen: 20.10.2025
[23] Ebenda

Konsumausgaben im Lebensmittelbereich um 0,9 %, nach einem außergewöhnlich starken Anstieg von 8,1 % im Jahr 2023. Die Entspannung der Preisentwicklung führte zu einer Wiederbelebung der Nachfrage in mehreren Schlüsselbereichen (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Veränderung der Konsumausgaben im Lebensmittelbereich in Italien 2024 (gegenüber 2023)

Produktkategorie	Veränderung der Ausgaben 2024 gegenüber 2023
Pflanzliche Produkte	
Obst	+2,9 %
Gemüse	+2,2 %
Pflanzenöle	+15,6 %
Tierische Produkte	
Fleisch	−1,1 %
Milchprodukte	−0,5 %
Wurstwaren	−0,5 %
Fischprodukte	−0,5 %
Eier	+2,6 %
Getreideprodukte	
Brot und Brotersatzprodukte	+1,4 %
Frische Teigwaren	+2,4 %
Trockenteigwaren	−6,1 %
Reis	−4,8 %
Getränke	
Wein und Schaumwein	−0,4 %
Alkoholfreie Getränke	+0,4 %

Quelle: Osservatorio ISMEA–NielsenIQ, 2024

Daten des *Osservatorio ISMEA–NielsenIQ* zeigen, dass sich im Jahr 2024 insbesondere pflanzliche Produkte als Wachstumstreiber des italienischen Lebensmittelmarktes herauskristallisierten. Die Ausgaben für Obst, Gemüse und Pflanzenöle nahmen deutlich zu, bedingt durch eine steigende Nachfrage, aber auch steigende Kosten. Währenddessen ging die Nachfrage nach tierischen Erzeugnissen leicht und die Ausgaben sanken. Eine Ausnahme bildeten Eier, deren Konsum (Stck.) anstieg. Im Bereich der Getreideprodukte war ein differenziertes Bild zu beobachten. Während Brot und frische Teigwaren Zuwächse verzeichneten, gingen die Verkäufe von Trockenteigwaren und Reis zurück. Im Getränkesegment blieben Wein und Schaumwein weitgehend stabil, während alkoholfreie Getränke eine leichte Aufwärtsentwicklung zeigten.

Im Außer-Haus-Segment zeigte sich in Italien ein uneinheitliches Bild. Die an HoReCa-Betriebe gelieferten Mengen über Getränkedistributoren verzeichneten ein moderates Wachstum, während der Cash-and-Carry-Kanal deutliche Rückgänge hinnehmen musste. Positive Impulse kamen insbesondere von Take-away-Konzepten, Pizzerien und Restaurants mit höheren durchschnittlichen Rechnungsbeträgen. Das klassische Bar- und Thekengeschäft blieb dagegen klar unter Druck und entwickelte sich schwächer als alle anderen Kategorien. Im häuslichen Konsum war in den organisierten Einzelhandelsketten ein leichter Rückgang, was von Marktanalysten als Ausdruck einer gewissen Konsumkompression interpretiert wird. Viele Haushalte stehen weiterhin unter Kaufkraftdruck, versuchen aber gleichzeitig, ihre Ernährungsgewohnheiten möglichst stabil zu halten und ihre Ausgaben stärker zu kontrollieren.[24]

Besonders dynamisch entwickelte sich in Italien das Segment der pflanzlichen Produkte im Einzelhandel: Im Jahr 2023 erreichte der Markt laut Schätzungen rund 641 Mio. EUR, womit ein Wachstum von rund 16 % gegenüber 2021 erzielt wurde. Dabei wuchs insbesondere der Bereich der pflanzlichen Käsealternativen — die Verkaufsvolumina stiegen zwischen 2021 und 2023 um etwa 77 %. Pflanzliche Fleisch- und Milchalternativen waren ebenfalls wichtige Wachstumstreiber.[25]

Innerhalb des Gesundheits- und Wellnesssegments setzte sich der Trend zu natürlichen und nährstoffreichen Lebensmitteln fort. Für Güter wie Getreide (+5,7 %), Vollkornprodukte (+21,2 %), Sojaprodukte (+8,4 %) und Gewürze (+16,4 %) werden starke Wachstumsraten für 2025 (Werte im Vergleich zu Vorjahr) prognostiziert.[26]

Neben diesen klassischen Produktkategorien gewinnen nachhaltige und innovative Konsumtrends zunehmend an Bedeutung. Verbraucher achten verstärkt auf umweltfreundliche Verpackungen, kurze Lieferketten und regionale Herkunft. Der Zero-Waste-Trend sowie der Fokus auf lokale Lebensmittel fördern die Nachfrage nach Produkten mit geringem ökologischem Fußabdruck. Gleichzeitig wächst das Segment der funktionellen und nutrazeutischen Produkte – also Lebensmittel, die über ihren Nährwert hinaus spezifische gesundheitliche Vorteile bieten – mit einem Zuwachs von rund 20 %. Besonders gefragt sind hierbei Artikel mit gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen wie Probiotika und Omega-3-Fettsäuren.[27]

[24] Corriere della sera (2025): Food & beverage, nei primi 9 mesi 2024 calo dei consumi: meno 6,9% il cash & carry, +2,4% il comparto horeca. https://www.corriere.it, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[25] Gfi Europe (2025): Il mercato al dettaglio plant-based in Italia vale 641 milioni di euro e cresce del 16% in due anni: i dati 2021-2023. https://gfieurope.org, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[26] Ilmio Buisnessplan (2025): Come sta andando il mercato alimentare in Italia? https://ilmiobusinessplan.com, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[27] Ilmio Buisnessplan (2025): Come sta andando il mercato alimentare in Italia? https://ilmiobusinessplan.com, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

Auch der Bereich Food-Tech entwickelt sich dynamisch. Innovationen wie im Labor gezüchtetes Fleisch oder nachhaltige Proteinalternativen schaffen neue Marktpotenziale. Rund 9 % der italienischen Bevölkerung ernähren sich mittlerweile vegetarisch oder vegan, was das Entstehen spezialisierter Produktlinien und Fachgeschäfte begünstigt.[28]

Ein weiterer zentraler Faktor der Marktentwicklung ist die Digitalisierung. Die fortschreitende digitale Transformation hat die Struktur der Lebensmittelindustrie nachhaltig verändert. Der E-Commerce sowie Online-Lebensmittellieferdienste verzeichneten starkes Wachstum, während datenbasierte Marketing- und Vertriebsstrategien zunehmend zur Effizienzsteigerung beitragen. Gleichzeitig stehen Nachhaltigkeit, Transparenz und Rückverfolgbarkeit entlang der Wertschöpfungskette im Fokus vieler Unternehmen. Verbraucher erwarten nach aktuelle Konsumertrends nicht nur qualitativ hochwertige Produkte, sondern legen auch verstärkt Wert auf deren ökologische und soziale Auswirkungen.[29]

Insgesamt zeigt sich der italienische Lebensmittelmarkt im Jahr 2024 als Übergangsphase zwischen Konsolidierung und Erneuerung. Während sich traditionelle Konsummuster an veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen anpassen, gewinnen Gesundheit, Nachhaltigkeit und technologische Innovation an strategischer Relevanz. Verbraucher bevorzugen zunehmend Produkte, die sowohl gesund als auch nachhaltig und bequem sind, während Unternehmen auf pflanzliche, funktionelle und digital gestützte Produktstrategien setzen. Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt der Lebensmittelsektor damit einer der dynamischsten und widerstandsfähigsten Bereiche der italienischen Wirtschaft.

4.4 Außenhandel im Lebensmittelsektor

Die italienischen Agrar- und Lebensmittelexporte stiegen im Jahr 2024 um 7,5 % gegenüber dem Niveau von 2023 und erreichten fast den Rekordwert von 70 Mrd. EUR (mit einer besseren Leistung als die Gesamtexporte, die weitgehend auf dem Niveau von 2023 blieben). Zu diesem Ergebnis des Agrar- und Lebensmittelsektors trugen sowohl die Exporte der Lebensmittelindustrie (+7,9 % auf 59,8 Mrd. EUR) als auch die der Landwirtschaft (+5,1 % auf 9,3 Mrd. EUR) bei.[30]

Flaschenweine, das wertmäßig führende Exportprodukt, verzeichneten sowohl wert- als auch mengenmäßig ein Wachstum von 4,3 %; Pasta, natives Olivenöl extra, Schaumweine,

[28] Veganok (2024): Vegan Population Continues to Grow in 2024. https://www.veganok.com, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[29] Cribis (2025): Food & Beverage: prelibatezze italiane sulla tavola delle feste nonostante i rincari. Andamento e analisi del settore nel 2024. https://www.cribis.com, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[30] ILMIO BusinessPlan (2024): Come sta andando il mercato alimentare in Italia?. https://ilmiobusinessplan.com/blogs/news/mercato-alimentare, zuletzt aufgerufen: 18.10.2025

gereifter Käse, gerösteter Kaffee sowie Back- und Konditoreiwaren bestätigen sich als die international erfolgreichsten Produkte. Das Wachstum wird nicht nur durch den Wert, sondern auch durch die exportierten Mengen gestützt.[31]

Tabelle 2: Agrar- und Lebensmittelexport (Januar – November 2024, in Mio. EUR)

Produktgruppe	Export	Import	Veränderung % Export 2024/23	Veränderung % Import 2024/23
Getreide, Reis und Erzeugnisse daraus	10.379	6.964	+7,2	−6,4
Wein und Moste	7.524	548	+5,4	+15,0
Frisches und verarbeitetes Gemüse	5.873	3.944	+3,1	+10,0
Milch und Milchprodukte	5.447	4.918	+7,8	+9,4
Frisches und verarbeitetes Obst	5.381	4.795	+7,9	+12,9
Tiere und Fleisch	4.325	8.727	+9,9	+8,9
Getränke	3.902	2.026	+4,7	−1,9
Öle und Fette	3.803	5.544	+29,8	+11,7
Fischereiprodukte	1.017	7.015	+10,7	+3,2

Quelle: eigene Darstellung nach ISMEA

Die Obst- und Gemüseexporte beliefen sich im Jahr 2024 auf rund 10 Mrd. EUR, was einem Anstieg von 6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Wachstum der Exporteinnahmen lag unter dem Anstieg der Mengen (+13 %), was auf den Rückgang des Durchschnittspreises der exportierten Produkte (-6,5 %) zurückzuführen ist.

Schaumweine bleiben die treibende Kraft des italienischen Exports. Die Versandmengen stiegen um 13 %, die Einnahmen legten um 10 % zu. Aber auch stille Flaschenweine entwickelten sich positiv und verzeichneten Zuwächse von 4 % in der Menge und 5 % im Wert. Auch die Veränderungen bei den Weinen mit geschützter Ursprungsbezeichnung (DOP) sind wieder positiv.

Italien verzeichnete 2024 eine deutliche Dynamik im Olivenölhandel. Die Importe erreichten laut Branchenberichten rund 446 Tsd. t mit einem Gesamtwert von über 3,1 Mrd. EUR, was einem deutlichen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr entspricht. Gleichzeitig legten die Exporte weiter zu und überschritten ein Volumen von rund 344 Tsd. t sowie einen Wert von

[31] Ebenda

über 3 Mrd. EUR. Damit verbesserte sich die Handelsbilanz spürbar und fiel erneut positiv aus, was im italienischen Olivensektor in Anbetracht der volatilen Erntesituation der vergangenen Jahre nicht selbstverständlich ist.[32]

Im Zeitraum Januar bis Oktober 2024 stiegen die Ausfuhren italienischer Käse- und Milchprodukte gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11,2 % in der Menge und 8,2 % im Wert. Getragen wurde diese Entwicklung vor allem von der Erholung strategischer Absatzmärkte wie Deutschland, Großbritannien und den USA, in denen die exportierten Volumina um 11,4 %, 6,2 % bzw. 8,8 % zunahmen. Besonders dynamisch entwickelten sich dabei die Exporte von Frischkäse (+12,9 % in der Menge und +8,3 % im Wert) sowie von Grana Padano und Parmigiano Reggiano (+9,4 % in der Menge und +10,1 % im Wert). Auch geriebener Käse verzeichnete kräftige Zuwächse (+11,3 % in der Menge und +11,1 % im Wert), während Gorgonzola ebenfalls ein leicht positives Ergebnis erzielte (+5,1 % in der Menge und +0,3 % im Wert).[33]

Die Agrar- und Lebensmittelimporte stiegen 2024 um 7,2 % (-3,9 % bei den gesamten nationalen Importen). Diese Entwicklungen führten zu einer weiteren Verbesserung der Agrar- und Lebensmittelhandelsbilanz gegenüber 2023 mit einem Überschuss von rund 1 Mrd. EUR. In den ersten elf Monaten des Jahres 2024 stiegen die Importe von lebenden Rindern (+41,0 % wertmäßig und +33,6% mengenmäßig), gereiftem Käse (+9,4 % und +10,5 %), ungeröstetem Kaffee (+25,0 % und +1,8 %) und Weichweizen (+1,2 % und +23,4 %) im Jahresvergleich.[34]

Die Hintergründe liegen zum einen in strukturellen Faktoren: Italien verfügt zwar über eine sehr leistungsfähige Landwirtschaft, ist jedoch aufgrund begrenzter Anbauflächen, klimatischer Herausforderungen und wachsender Nachfrage auf Ergänzungsimporte angewiesen. Gleichzeitig sorgen Preisentwicklungen auf den Weltmärkten, die Transformation hin zu hochwertigeren und verarbeiteten Produkten sowie der wachsende Bedarf der verarbeitenden Lebensmittelindustrie für steigende Importvolumina in vielen Segmenten. Der Rückgang bei Getreideimporten dürfte unter anderem mit stabileren Ernten, besseren Lagerstrategien und Marktanpassungen zusammenhängen.

Italien zählt zu den führenden Exportländern im Agrar- und Lebensmittelbereich; zentrale Produkte sind Wein, Olivenöl, Käse und verarbeitete Lebensmittel, deren Ausfuhren vornehmlich in die EU erfolgen, mit zusätzlicher Bedeutung für Märkte außerhalb Europas. Im Jahr 2024 erreichte das Exportvolumen des italienischen Lebensmittel- und Weinsektors

[32] Olive Oil Times (2025): Italian Olive Oil Sector Demonstrates Resilience in New Report. https://www.oliveoiltimes.com, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[33] Mercato Globale (2025): Ismea: preconsuntivo settore Agroalimentare. https://mglobale.promositalia.camcom.it, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[34] ILMIO BusinessPlan (2024): Come sta andando il mercato alimentare in Italia?. https://ilmiobusinessplan.com/blogs/news/mercato-alimentare, zuletzt aufgerufen: 18.10.2025

nahezu 70 Mrd. EUR. Trotz zunehmender geopolitischer und handelspolitischer Risiken wird für 2025 mit einer weitgehend stabilen Exportentwicklung gerechnet, da italienische Produkte nach wie vor über eine hohe Wettbewerbsfähigkeit verfügen.

Der Agrar- und Lebensmittelsektor Italiens unterstreicht seine Stärke als einer der bedeutendsten Exportmotoren des Landes. Mit zentralen Erfolgsprodukten wie Wein, Olivenöl, Käse und verarbeiteten Lebensmitteln, die vor allem in die EU, aber zunehmend auch in internationale Absatzmärkte außerhalb Europas geliefert werden, erreichten die Ausfuhren 2024 nahezu die Marke von 70 Mrd. EUR. Trotz geopolitischer Unsicherheiten und globaler Marktverwerfungen deutet vieles darauf hin, dass die Exportentwicklung im Jahr 2025 weitgehend stabil bleibt. Die anhaltend hohe Wettbewerbsfähigkeit italienischer Qualitätsprodukte bildet dafür eine solide Grundlage und bestätigt die strategische Bedeutung des Sektors für die wirtschaftliche Außenorientierung des Landes.[35]

Insgesamt lässt sich aber auch für Deutsche Exporteure ein positiver Ausblick formulieren: Die steigende Importnachfrage spiegelt die Stabilität, Kaufkraft und Dynamik des italienischen Lebensmittelmarktes wider. Italien positioniert sich zunehmend als Verarbeitungs- und Wertschöpfungszentrum, das internationale Rohstoffe in hochwertige Produkte umwandelt. Gleichzeitig fördern Investitionen in Nachhaltigkeit, Effizienz und Modernisierung sowohl Eigenproduktion als auch Handelspartnerschaften. Für internationale Anbieter ergeben sich dadurch attraktive Chancen in einem weiterhin wachsenden und zunehmend qualitätsorientierten Marktumfeld.

[35] EFA News (2025): Italian agri-food confirms its leadership in Europe. https://www.efanews.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

4.6 Regelungen zum Import

4.6.1 Importbedingungen und administrative Voraussetzungen

Im Handel zwischen Deutschland und Italien profitieren Lebensmittelimporte von den Grundprinzipien des EU-Binnenmarktes. Zentrales Instrument ist dabei der freie Warenverkehr: Nach dem Grundsatz der gegenseitigen Anerkennung dürfen Waren, die in einem Mitgliedstaat rechtmäßig in Verkehr gebracht wurden, in der Regel auch in anderen Mitgliedstaaten verkauft werden. Einschränkungen sind nur in eng begrenzten Fällen zulässig, etwa zum Schutz der Gesundheit oder der öffentlichen Ordnung, und müssen verhältnismäßig begründet werden.[36]

Für Lebensmittel ist der Warenverkehr zudem weitgehend harmonisiert. Die grundlegenden Anforderungen an Lebensmittelsicherheit, Risikomanagement und Verantwortlichkeiten der Lebensmittelunternehmer ergeben sich aus der Verordnung (Europäische Gemeinschaft - EG) Nr. 178/2002 („General Food Law“). Sie legt unter anderem fest, dass nur sichere Lebensmittel in Verkehr gebracht werden dürfen, und definiert Begriffe wie „Rückverfolgbarkeit“ und „Lebensmittelunternehmer“. Ergänzend regelt die Verordnung (EG) Nr. 852/2004 die allgemeinen Hygieneanforderungen für alle Stufen der Lebensmittelkette, etwa Eigenkontrollsysteme nach Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)-Grundsätzen, und saubere Betriebsbedingungen sowie die Einhaltung der Kühlkette. Für Kennzeichnung und Verbraucherinformation ist die Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 maßgeblich, die Pflichtangaben wie Zutatenverzeichnis, Allergenen, Nährwertkennzeichnung und Herkunft regelt.[37] [38] [39]

Für deutsche Unternehmen bedeutet dies, dass sie für den Marktzugang nach Italien in erster Linie die harmonisierten EU-Vorschriften einhalten müssen. Eine zusätzliche italienische Zulassungspflicht besteht im Regelfall nicht, solange die Produkte EU-rechtlich konform sind. Zu beachten ist jedoch, dass nach der Lebensmittelinformations-Verordnung die Pflichtangaben in einer Sprache erfolgen müssen, die von den Verbraucherinnen und Verbrauchern im Bestimmungsland leicht verstanden wird. Italien kann deshalb verlangen, dass die verpflichtenden Angaben in italienischer Sprache erfolgen, was in der Praxis einer italienischen oder mehrsprachigen Etikettierung gleichkommt.[40]

Neben diesen materiellen Anforderungen sind auch administrative Pflichten zu berücksichtigen. Für innergemeinschaftliche Warenbewegungen – also Lieferungen von

[36] Europäische Union (2020): Mutual recognition of goods. https://eur-lex.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[37] Europäische Union (2002): REGULATION (EC) No 178/2002 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 28 January 2002. https://eur-lex.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[38] Europäische Kommission (o.J.): Food hygiene. https://food.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[39] Europäische Kommission (o.J.): Food information to consumers – legislation. https://food.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[40] Europäische Kommission (o.J.): Language and presentation of food information. https://food.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

Deutschland nach Italien – besteht ab bestimmten Schwellenwerten eine Verpflichtung zur Abgabe von Intrastat-Meldungen. Mit diesen Meldungen erhebt das Statistische Bundesamt Daten über den tatsächlichen Warenverkehr zwischen Deutschland und anderen EU-Mitgliedstaaten; es handelt sich um eine rein statistische Meldepflicht, nicht um ein Zollverfahren. Seit der Anhebung der Meldeschwellen zum 1. Januar 2025 sind in Deutschland nur noch Unternehmen meldepflichtig, deren innergemeinschaftliche Lieferungen 1 Mio. EUR bzw. deren innergemeinschaftliche Eingänge 3 Mio. EUR pro Jahr überschreiten.[41] [42]

Schließlich ist die Einhaltung der EU-Vorgaben zur Rückverfolgbarkeit ein zentrales administratives Erfordernis. Nach Artikel 18 der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 müssen Lebensmittelunternehmer in der Lage sein, für jede Ware mindestens „ein Schritt zurück" (Lieferant) und „ein Schritt vor" (Abnehmer) nachzuweisen und entsprechende Systeme und Verfahren bereithalten, um diese Informationen den Behörden auf Anfrage zur Verfügung zu stellen. Für deutsche Exporteure bedeutet dies, dass der Warenweg vom deutschen Betrieb bis zum italienischen Abnehmer dokumentiert sein muss, etwa durch Lieferscheine, Chargenkennzeichnungen und ggf. interne Rückverfolgungssysteme.[43]

In der Summe sind die Importbedingungen für Lebensmittel nach Italien stark durch EU-Recht geprägt. Wer als deutsches Unternehmen die harmonisierten lebensmittelrechtlichen Vorgaben (Sicherheit, Hygiene, Kennzeichnung), die sprachlichen Anforderungen an die Etikettierung, die Intrastat-Meldepflichten und die Rückverfolgbarkeitsvorschriften erfüllt, erfüllt damit zugleich die zentralen administrativen Voraussetzungen für den Marktzugang in Italien.

4.6.2 Kennzeichnungsvorschriften (Labelling und Prüfungen)

Die Kennzeichnung importierter Lebensmittel nach Italien unterliegt sowohl den harmonisierten Vorgaben der EU als auch spezifischen nationalen Regelungen.

Die Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 („Lebensmittelinformationsverordnung", kurz LMIV) legt die grundlegenden Kennzeichnungspflichten fest. Dazu zählen unter anderem Produktbezeichnung, Zutatenliste, Allergenkennzeichnung, Nährwertangaben und Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum. Diese Regelung gilt unmittelbar in allen EU-Mitgliedstaaten und schafft eine einheitliche Basis für den grenzüberschreitenden Warenverkehr.[44]

[41] Statistisches Bundesamt (2025): Online-Meldung im Außenhandel. https://www.destatis.de, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[42] IHK Lippe zu Detmold (o.J.): Die Intrastat-Meldungen im innergemeinschaftlichen Warenverkehr. https://www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[43] Europäische Union (2002): REGULATION (EC) No 178/2002 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 28 January 2002. https://eur-lex.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[44] Europäische Union (2011): REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 October 2011. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2011/1169/2018-07-13/eng, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

Neben der EU-Harmonisierung bestehen in Italien zusätzliche Anforderungen, insbesondere im Hinblick auf die Sprache der Verbraucherinformationen. Nach Artikel 9 des italienischen Verbraucherschutzgesetzes (Codice del Consumo, Gesetzesdekret 206/2005) muss die gesamte für Verbraucher bestimmte Information in italienischer Sprache verfasst sein. Diese italienische Rechtsvorschrift wird von den italienischen Behörden so interpretiert, dass selbst Angaben, die nicht explizit verpflichtend sind, in italienischer Sprache verfügbar sein sollten. Dies kann im Spannungsfeld zum EU-Binnenmarkt-Prinzip des freien Warenverkehrs stehen. Für Importeure bedeutet dies konkret: Auch wenn die LMIV eine Sprachwahl grundsätzlich offenlässt, so empfiehlt sich in der Praxis eine vollständige italienische Etikettierung, um Sanktionen oder Beanstandungen durch die zuständigen italienischen Behörden, z. B. die lokalen Gesundheitsbehörden Aziende Sanitarie Locali (ASL), zu vermeiden.[45]

Für deutsche Exporteure heißt das konkret: Neben den Pflichtangaben nach LMIV müssen die Etiketten in italienischer Sprache verfasst sein und für den italienischen Markt passende Angaben enthalten, etwa zur Herkunft, Produktions-/Chargennummer, Verpackungseinheiten oder Zusatzinformationen, auch wenn diese nicht zwingend unter die Pflichtangaben fallen.

Systematische Eingangskontrollen bei der Einfuhr nach Italien gibt es nicht flächendeckend oder als Regel. Stattdessen erfolgt die amtliche Lebensmittelüberwachung risikobasiert und stichprobenartig durch die ASL und die Grenzkontrollstellen. Diese führen Kontrollen vor Ort durch und prüfen Etikettierung, Hygiene und Rückverfolgbarkeit sowie Konformität mit den Vorschriften. Sollten Verstöße festgestellt werden, können Rückrufe, Beanstandungen oder Importverbote für den Einzelfall verhängt werden.

4.6.3 Zulassungsvoraussetzungen der Lieferbetriebe

Die Zulassung von Lebensmittelbetrieben, die Produkte nach Italien liefern möchten, richtet sich vollständig nach den harmonisierten EU-Vorgaben. Grundlage ist das sogenannte EU-Hygienepaket, das die Registrierung, Zulassung sowie die Betriebsvoraussetzungen für Lebensmittelunternehmen in allen Mitgliedstaaten einheitlich regelt. Zentral sind dabei die Verordnung (EG) Nr. 852/2004 über Lebensmittelhygiene sowie – für Betriebe, die Lebensmittel tierischen Ursprungs verarbeiten – die Verordnung (EG) Nr. 853/2004. Diese Vorschriften schreiben eine verpflichtende Registrierung aller Lebensmittelunternehmen sowie für bestimmte Tätigkeiten eine spezifische Zulassung vor. Die Überwachung der Betriebe erfolgt durch die zuständigen Behörden des jeweiligen Mitgliedstaates. Ein Betrieb,

[45] Normattiva (2005): DECRETO LEGISLATIVO 6 settembre 2005, n. 206. https://www.normattiva.it, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

der in Deutschland gemäß diesen Verordnungen registriert oder – im Fall von Erzeugnissen tierischen Ursprungs – zugelassen wurde, ist dadurch automatisch im gesamten EU-Binnenmarkt anerkannt. Eine zusätzliche Zulassungspflicht in Italien existiert nicht.

Damit gilt: Lebensmittelunternehmen, die ordnungsgemäß in Deutschland zugelassen wurden, erfüllen damit gleichzeitig die Voraussetzungen für den Export ihrer Produkte nach Italien. Italienische Behörden verlangen keine erneute Registrierung oder Zulassung, sondern setzen grundsätzlich auf die gegenseitige Anerkennung im Binnenmarkt. Entscheidend bleibt jedoch die fortlaufende Einhaltung der EU-Hygienestandards sowie die Kontrolle durch die zuständigen deutschen Behörden, da diese die Verantwortung für die lebensmittelrechtliche Überwachung der Betriebe tragen.[46]

4.6.4 Zollprozeduren und Zollsätze

Zwischen Deutschland und Italien bestehen aufgrund ihrer Mitgliedschaft in der EU und der vollständigen Integration in die EU-Zollunion weder Zölle noch klassische Zollformalitäten. Da beide Länder Teil des gemeinsamen Zollgebiets sind, unterliegt der innergemeinschaftliche Warenverkehr keinen Einfuhrabgaben, mengenmäßigen Beschränkungen oder zollrechtlichen Anmeldepflichten. Waren können frei verbracht werden, ohne dass Grenzabfertigungen oder Zollpapiere erforderlich sind. Dies entspricht den Bestimmungen der EU-Zollunion, die sämtliche internen Zölle abgeschafft und einen gemeinsamen Außenzolltarif gegenüber Drittstaaten eingeführt hat. Umsatzsteuerlich gelten jedoch die Regelungen für innergemeinschaftliche Lieferungen: Für den deutschen Lieferanten ist die Warenverbringung nach Italien als steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung zu behandeln, sofern der italienische Abnehmer über eine gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer verfügt und der Warentransport nach Italien nachgewiesen werden kann. Der italienische Käufer führt die Umsatzsteuer anschließend im Rahmen des Reverse-Charge-Verfahrens ab, wie es die Mehrwertsteuersystemrichtlinie der EU vorsieht.[47][48]

[46] Europäische Union (2004): Regulation (EC) No 852/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the hygiene of foodstuffs. https://op.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[47] Europäische Kommission (2025): Value Added Tax (VAT). https://taxation-customs.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025
[48] Zoll (o.J.) Movement of goods within the EU. https://www.zoll.de, zuletzt aufgerufen: 25.11.2025

Tabelle 3: SWOT-Analyse

Stärke	Schwäche
Große Marktgröße und hohe Kaufkraft	Starkes Nord-Süd-Gefälle bei Einkommen, Infrastruktur und Nachfrage
Starker Agri-Food-Sektor, hochwertige Produkte	Hohe Staatsverschuldung und Steuerbelastung
Etablierte Handelsstrukturen mit Deutschland	Teilweise komplexe und langwierige Verwaltungsprozesse
Gut ausgebaute Clusternetzwerke (z. B. Emilia-Romagna, Lombardei)	Regionale Unterschiede bei Behörden und Umsetzung von Vorschriften
Wachsende Nachfrage nach pflanzlichen, gesunden und nachhaltigen Produkten	Alternde Bevölkerung
Chancen	**Risiken**
Hohe EU-Investitionsförderungen	Niedriges Wirtschaftswachstum und globale Unsicherheiten
Wachstum in pflanzlichen, funktionellen und nachhaltigen Kategorien	Hohe Energie- und Finanzierungskosten
Dynamik in Food-Tech und künstlich intelligenten Anwendungen	Starker Wettbewerb durch lokale Marken und DOP-Produkte
Ausbau der Infrastruktur und Logistik	Regulatorische Komplexität und regionale Unterschiede
Stärkere Außenwirtschaftsorientierung Italiens Richtung Wachstumsmärkte	Brain-Drain im Süden und Fachkräftemangel im Norden

Quelle: GTAI[49]

[49] GTAI (2024: Italien ist für Deutschland ein großer Absatz- und Liefermarkt. www.gtai.de, zulette aufgerufen am 19.12.2025

5. Überblick über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

5.1 Fachmessen

APIMELL (Nächster Termin: 6. – 8. März 2026)	
Adresse / Website	Piacenza Expo Via Tirotti 11 29122 Piacenza Italien https://www.apimell.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@piacenzaexpo.it Tel.: +39 (0) 523 602 711
Profil	APIMELL ist die wichtigste europäische Fachmesse für Imkerei, Bienenzuchtgeräte, Honigverarbeitung und Bienenprodukte. Die Messe zieht Produzenten, Händler, technische Anbieter und Imkereiverbände an und dient als zentrale Plattform für Innovationen, Markttrends und Branchenaustausch im Imkereisektor.

Enoliexpo (Nächster Termin: 20. – 22. Februar 2026)	
Adresse / Website	Enoliexpo Italia – Fiera del Levante Lungomare Starita 4 70132 Bari Italien https://www.enoliexpo.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@enoliexpo.com Tel.: +39 (0) 80 534 11 11
Profil	Enoliexpo ist die wichtigste italienische Fachmesse für Technologien, Maschinen und Dienstleistungen der Wein- und Olivenölproduktion. Sie richtet sich an landwirtschaftliche Betriebe, Ölmühlen, Winzer, technische Planungsbüros und Zulieferer und präsentiert Neuheiten für Anbau, Verarbeitung und Qualitätskontrolle.

Marca (Nächster Termin: 14. – 15. Januar 2026)	
Adresse / Website	BolognaFiere S.p.A Viale della Fiera, 20 40127 Bologna Italien www.marca.bolognafiere.it
Kontakt	Frau Antonella Maietta, Ausstellungsleitung 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 Handelsmarkenprodukte zur Schau stellt. Die Messe wird von BolognaFiere in Zusammenarbeit mit dem Verband für modernen Vertrieb (ADM – Association of Modern Distribution) organisiert.

Mostra Internazionale del Gelato Artigianale (MIG) (Nächster Termin: 1. – 2. Dezember 2026)	
Adresse / Website	Longarone Fiere Dolomiti S.r.l. Viale Soccorritori del Vajont, 3 32013 Longarone, Belluno Italien www.mostradelgelato.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: mig@longaronefiere.it Tel.: +39 (0) 437 577 511
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 Eisdielen, 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.

Olio Capitale (Nächster Termin: 13. – 15. März 2026)	
Adresse / Website	Fiera Trieste – Olio Capitale Piazza della Libertà 8 34132 Trieste Italien https://oliocapitale.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@oliocapitale.it Tel.: +39 (0) 40 670 0122
Profil	Olio Capitale ist die führende italienische Messe für extra natives Olivenöl. Sie präsentiert hochwertige Olivenöle aus Italien und dem Mittelmeerraum und richtet sich an Importeure, Händler, Gastronomie und Fachpublikum. Verkostungen, Workshops und Wettbewerbe stehen im Mittelpunkt.

SANA (Nächster Termin: 22. – 24. Februar 2026)	
Adresse / Website	BolognaFiere S.p.A 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 weltweit unter den relevantesten Kontaktmöglichkeitn für Unternehmen der Branche 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. Die Messe bringt Einkäufer aus dem Gastgewerbe, aus Fachgeschäften und dem Restaurant-Einzelhandel mit unabhängigen, innovativen Agrar- und Lebensmittelunternehmen zusammen, die gesunde, nachhaltige Produkte anbieten.

Sigep (Nächster Termin: 16. – 20. Januar 2026)	
Adresse / Website	ITALIAN EXHIBITION GROUP S.p.A Via Emilia, 155 47921 Rimini Italien www.sigep.it
Kontakt	Frau Flavia Morelli, Ausstellungsleitung 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.

TUTTOFOOD (Nächster Termin: 11. – 14. Mai 2026)	
Adresse / Website	Fiera Milano Rho Exhibition centre Strada Statale Sempione, 28 20017 Rho Mailand Italien www.tuttofood.it
Kontakt	Frau Maria Carla Avogaro, Key Account Manager Foreign Exhibitors E-Mail: m.avogaro@fiereparma.it Tel.: +39 (0) 521 996 302 Mobil: +39 338 608 25 95
Profil	TUTTOFOOD ist eine führende B2B-Messe für die gesamte Agrar- und Lebensmittel Branche. Als internationaler Branchentreffpunkt bringt sie Hersteller und Händler hochwertiger Lebensmittel- und Getränkeprodukte zusammen. Die Messe dient als globale Plattform für Innovation, Qualität und Networking.

Vinitaly (Nächster Termin: 12. – 15. April 2026)	
Adresse / Website	Veronafiere S.p.A. Viale del Lavoro 8 37135 Verona Italien https://www.vinitaly.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@veronafiere.it Tel.: +39 (0) 45 829 8111
Profil	Vinitaly ist die weltweit führende B2B-Fachmesse für Wein und Spirituosen. Sie bringt internationale Produzenten, Importeure, Distributoren und Fachhändler zusammen und gilt als zentrale Plattform für Markttrends, Weininnovation, Verkostungen und Netzwerkaufbau.

5.2 Öffentliche Einrichtungen/ Institutionen/ Verbände

Associazione dei Birrai e dei Maltatori (ASSOBIRRA) – Verband der Brauereien und Mälzereien	
Adresse / Website	Associazione dei Birrai e dei Maltatori 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 Distribuzione Moderna (ADM) – Verband für modernen Vertrieb	
Adresse / Website	Associazione Distribuzione Moderna Via Paleocapa, 7 20121 Mailand Italien www.adm-distribuzione.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@adm-distribuzione.it Tel.: + 39 (0) 2777 212 367
Profil	ADM vertritt die wichtigsten Unternehmen des modernen großflächigen Einzelhandels in Italien, insbesondere Supermärkte, Hypermarkets, Discounter und Handelsgruppen des kanalisierten Lebensmittel- und Konsumgütervertriebs. Der Verband bündelt die Interessen seiner Mitglieder in den Bereichen Handelspolitik, Regulierung, Nachhaltigkeit, Konsumentenschutz und Lieferkettenmanagement. Zudem fungiert ADM als zentrale Plattform für Dialog, Standards und Branchenentwicklung im italienischen Fast Moving Consumer Goods-Handel.

Associazione delle Imprese di Grande Ristorazione e Servizi Multilocazione (AIGRIM) – Verband der großen Unternehmen des Gaststättengewerbes und der Dienstleistungen an mehreren Standorten	
Adresse / Website	Associazione delle Imprese di Grande Ristorazione e Servizi Multilocazione Viale Coni Zugna, 71 20144 Mailand Italien www.aigrim.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: segreteria@aigrim.it Tel.: + 39 (0) 23 451 230
Profil	AIGRIM vereint die Gastronomieketten, die in Stadtzentren, Einkaufszentren, Autobahnraststätten, Flughäfen, Bahnhöfen und Häfen tätig sind. 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, McDonald's, 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 Industriali delle Carni e dei Salumi (ASSICA) – Italienischer Verband der Fleischverarbeitenden Industrie	
Adresse / Website	Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi Strada 4, Palazz Q8 20089 Rozzano Milanofiori, Mailand Italien www.assica.it
Kontakt	Herr Beretta Lorenzo, 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 Industriali Mugnai d'Italia (ITALMOPA) – italienischer Verband der Mühlenindustrie	
Adresse / Website	Associazione Industriali Mugnai d'Italia Via Lovanio, 6 00198 Rom Tel.: www.italmopa.com
Kontakt	Allgemeiner 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.

Associazione Italiana Allevatori (AIA) – Italienischer Züchterverband der Viehzüchter und Landwirte	
Adresse / Website	Associazione Italiana Allevatori Via XXIV Maggio, 44/45 00187 Rom Italien www.aia.it
Kontakt	Frau Dalila Guarnieri, Verwaltungssekretariat E-Mail: guarnieri.d@aia.it Tel.: +39 (0) 68 545 1204
Profil	Der Verband AIA fördert wirtschaftliche, wissenschaftliche, messebezogene, kulturelle und technische Aktivitäten im Bereich der Viehzucht und Agrarwirtschaft in Italien. 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, 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 Commercio Estero (AICE) – Italienischer Verband für Außenhandel	
Adresse / Website	Associazione Italiana Commercio Estero Corso Venezia, 47 20121 Mailand Italien www.aicebiz.com
Kontakt	Allgemeiner 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 dell'Industria di Marca (CENTROMARCA) – Italienischer Verband der Markenindustrie	
Adresse / Website	Associazione Italiana dell'Industria di Marca 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	Der 1965 gegründete Verband umfasst rund 200 Unternehmen, die über 2.600 Marken vertreten, darunter die wichtigsten im Bereich der Konsumgüter: Lebensmittel, Getränke, Haushalts- und Körperpflegeprodukte. Insgesamt erzielen die Mitgliedsunternehmen einen Umsatz von 67 Mrd. EUR, einen gemeinsamen Wert von 87 Mrd. EUR und beschäftigen direkt fast 97.000 Mitarbeiter.

Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche (ASSOBIBE) – Italienischer Verband der Erfrischungsgetränke	
Adresse / Website	Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche 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 kohlensäurehaltige 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	Associazione Italiana Lattiero Casearia Via Adige, 20 20135 Mailand Italien www.assolatte.it
Kontakt	Herr Paolo Zanetti, Präsident 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, Joghurt, Butter, Sahne und anderen Milchprodukten.

Associazione Nazionale Conservieri Ittici (ANCIT) – Nationale Vereinigung der Fischkonservenindustrie	
Adresse / Website	Associazione Nazionale Conservieri 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 Meeresfrüchtevorspeisen.

Associazione Nazionale della Ristorazione Collettiva e dei Servizi (ANGEM) – Nationaler Verband für Catering und Dienstleistungen	
Adresse / Website	Associazione Nazionale della Ristorazione Collettiva e dei Servizi Via Barozzi, 7 20122 Mailand Italien www.angem.it
Kontakt	Herr 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	Associazione Nazionale Imprese della Ristorazione 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	Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare Via Torino, 44 00184 Rom Italien www.carabinieri.it
Kontakt	Allgemeiner 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	Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria 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.

Federazione Italiana dell'Industria Alimentare (FEDERALIMENTARE) – Italienischer Dachverband der Lebensmittelindustrie	
Adresse / Website	Federazione Italiana dell'Industria Alimentare 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 verteilten Produktionsbetriebe mit jeweils mehr als neun Beschäftigten.

Federazione Italiana Cuochi (FIC) – Italienischer Verband der Köche und Gastronomen	
Adresse / Website	Federazione Italiana Cuochi Piazza delle Crociate, 15/16 00162 Rom Italien www.fic.it
Kontakt	Allgemeiner 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.

FEDERDISTRIBUZIONE	
Adresse / Website	FEDERDISTRIBUZIONE Via Albricci, 8 20122 Mailand Italien www.federdistribuzione.it
Kontakt	Herr 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	FEDERVINI Via Mentana, 2/B 00185 Rom Italien www.federvini.it

FEDERVINI	
Kontakt	Allgemeiner 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	Istituto Superiore di Sanità 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-wissenschaftliche Beratungszentrum für öffentliche Gesundheit in Italien und für die Lebensmittelsicherheit und die öffentliche Gesundheit zuständig.

Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (MASAF) – Ministerium für Landwirtschaft, Ernährungssouveränität und Forstwirtschaft	
Adresse / Website	Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Via XX Settembre, 20 00187 Rom Italien www.politicheagricole.it
Kontakt	Allgemeiner 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.

Ministero della Salute – Italienisches Gesundheitsministerium	
Adresse / Website	Ministero della Salute Viale Giorgio Ribotta, 5 00144 Rom Italien www.salute.gov.it
Kontakt	Allgemeiner 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 lokaler Ebene operieren folgende Behörden: Uffici Veterinari per gli Adempimenti Comunitari (Veterinärämter für EU-Konformitätsaufgaben), Posti di Controllo Frontalieri (Grenzkontrollstellen) und Uffici di Sanità Marittima, Aerea e di Frontiera (Ämter für maritime, luftgebundene und Grenzgesundheit).

Uffici Veterinari per gli Adempimenti Comunitari (UVAC) – Veterinärbehörde	
Adresse / Website	Uffici Veterinari per gli Adempimenti Comunitari Viale Giorgio Ribotta, 5 00144 Rom Italien www.salute.gov.it
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, die im UVAC angesiedelt sind, sind für die Kontrolle der relevanten Importe zuständig.

Unione Italiana Food (UIF)	
Adresse / Website	Unione Italiana Food Viale del Poggio Fiorito, 61 00144 Rom Italien www.unioneitalianafood.it
Kontakt	Allgemeiner 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.

5.3 Lebensmitteleinzelhandel

Carrefour Italia S.p.A.	
Adresse / Website	Carrefour Italia S.p.A. Via Caldera, 21 20153 Mailand Italien www.carrefour.it
Kontakt	Allgemeiner 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	Conad S.C. Via Michelino, 59 40127 Bologna Italien www.conad.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@conad.it Tel.: +39 (0) 5150 8111
Umsatz	20,9 Mrd. EUR (2024
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, Sapori&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	Coop Italia S.C. Via A. Doria, 7 06061 Castiglione del Lago Italien www.coop.it
Kontakt	Allgemeiner 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	CRAI Secom S.p.A. Strada di Olgia Vecchia, 2 20054 Segrate, Mailand Italien www.crai-supermercati.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: https://crai.it/contatti (Kontaktformular) Tel.: +39 (0) 2210 1091
Umsatz	3,2 Mrd. EUR (Prognose 2025, Stand November 2025)
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	Esselunga S.p.A. Via Vittor Pisani, 20 20124 Mailand Italien www.esselunga.it
Kontakt	Allgemeiner 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, Toskana, Ligurien und Latium.

Lidl Italia S.r.l.	
Adresse / Website	Lidl Italia S.r.l. Via Augusto Ruffo, 36 37040 Arcole Italien www.lidl.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: assistenzaclienti@lidl.it Tel.: +39 (0) 4561 35111
Umsatz	6,5 Mrd. EUR (2024)
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.

5.4 Importeure

Barilla G. e R. Fratelli S.p.A.	
Adresse / Website	Barilla G. e R. Fratelli S.p.A. Via Mantova, 166 43100 Parma Italien www.barilla.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: ufficiorelazioniesterne@barilla.it Tel.: +39 800 8623 23
Umsatz	3,5 Mrd. EUR (2024)
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	Conserve Italia Soc. Coop. Agricola Via Paolo Poggi, 11 40068 San Lazzaro di Savena, Bologna Italien www.conserveitalia.it
Kontakt	Allgemeiner 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	F.lli De Cecco Di Filippo – Fara San Martino S.p.A. Via F. De Cecco 66015 Fara San Martino Italien www.dececco.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: helponline@dececco.it Tel.: +39 (0) 8729 861
Umsatz	652 Mio. EUR (2023)
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 und importiert dazu aus Deutschland und anderen EU-Ländern.

Grissitalia S.r.l.	
Adresse / Website	Grissitalia S.r.l. Via Valle Bartolomeo, 37 15122 Alessandria Italien www.grissitalia.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@grissitalia.it Tel.: +39 (0) 1315 9153
Umsatz	98,2 Mio. EUR (2023)
Mitarbeiterzahl	ca. 150
Profil	Grissitalia S.r.l. ist ein führender Hersteller insbesondere von frischem Brot, Weichbrot, Tiefkühlbrot und Sticks in allen Geschmacksrichtungen. Zutaten für die Backwaren werden aus Europa, auch Deutschland, importiert.

Salumificio Fratelli Beretta S.p.A.	
Adresse / Website	Salumificio Fratelli Beretta S.p.A. Via Fratelli Bandiera, 12 20056 Trezzo sull'Adda, Mailand Italien www.fratelliberetta.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@fratelliberetta.com Tel.: +39 (0) 2909 851
Umsatz	1.155 Mio. EUR (2024)
Mitarbeiterzahl	ca. 600
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	Sanpellegrino S.p.A. Via del Mulino, 6 20090 Assago, Mailand Italien www.sanpellegrino-corporate.it
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: relazioni.esterne@waters.nestle.com Tel.: +39 (0) 2818 11
Umsatz	2,54 Mrd. EUR (2023)
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.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat (BMLEH)
611 – Grundsatzfragen der Exportkoordineirung
Wilhelmstraße 54
10117 Berlin
exportkoordinierung@bmleh.bund.de

STAND
Dezember 2025

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

Bearbeitung/Redaktion
Alba Elena Scheffler
Julian Hadler

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 BMLEH gestattet.

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

Diese Publikation wird vom BMLEH 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.bmleh.de
www.bmleh.de/social-media