

RAPORT RYNKOWY: Rynek soków, nektarów i napojów owocowych we Włoszech

Robert Stawski

Rynek soków i nektarów we Włoszech (succhi i nettari) przechodzi obecnie głęboką transformację strukturalną. Podobnie jak w innych krajach Europy Zachodniej, tradycyjne kategorie soków zmagają się z presją inflacyjną, rosnącymi kosztami surowców oraz kampaniami zdrowotnymi wymierzonymi w cukry (nawet te pochodzenia naturalnego). Włoski konsument wykazuje jednak unikalną specyfikę: oczekuje produktów o najwyższej jakości, czystej etykiecie (clean label) oraz ścisłym powiązaniu surowcowym z lokalnym rolnictwem (Made in Italy).

Włoski sektor sokowniczy jest silnie skonsolidowany w obszarze przetwórstwa przemysłowego, a kluczowe zakłady zlokalizowane są w regionach o silnie rozwiniętym zapleczu sadowniczym (Emilia-Romania, Wenecja Euganejska, Kampania, Sycylia). Rynek dzieli się na trzy główne segmenty produktowe, do których należą soki 100% (owocowe) wytwarzane z soku zagęszczonego (FC) lub jako soki niezagęszczone (NFC), nektary o zawartości owoców od 25% do 50% (tradycyjnie bardzo popularne ze względu na preferowanie gęstych owoców pestkowych, takich jak brzoskwinia, gruszką, morelą) oraz napoje owocowe o zawartości owoców poniżej 25%, często wzbogacane witaminami lub łączone z wodą mineralną. W dążeniu do sprostania nowym trendom prozdrowotnym firmy z sektora kładą silny nacisk na wykazanie konkretnych

korzyści zdrowotnych każdego z produktów oraz na rozszerzanie tradycyjnych okazji konsumpcyjnych.

Pod kątem technologicznym i handlowym rynek wyróżnia się także występowaniem napojów UHT (Ultra High Temperature) o długiej przydatności do spożycia w temperaturze pokojowej oraz kategorii produktów świeżych, poddawanych bardzo łagodnemu traktowaniu termicznemu lub całkowicie surowych, wymagających nieustannego chłodzenia. Choć soki te stanowią rynkową niszę, generują znacznie wyższe marże z litra. Oprócz masowego asortymentu paczkowanego, istotnym elementem włoskiej codzienności pozostaje segment nieindustrialny, na który składają się soki wyciskane lub centryfugowane ze świeżych owoców bezpośrednio w domach oraz barach, automatyczne wyciskarki z bezpośrednią dystrybucją





świeżej spremuty w punktach handlowych, a także szeroko rozwinięte systemy dyspenserów hotelowych oparte na odtwarzaniu soku z koncentratów podczas śniadań.

Wielkość produkcji i struktura sprzedaży

Całkowity wolumen konsumpcji przemysłowych soków, nektarów i napojów owocowych we Włoszech w 2024 roku został oszacowany na około 660 mln l, co oznacza spadek ilościowy o 2-3% w ujęciu rocznym, skoncentrowany niemal w całości na konsumpcji domowej. W ujęciu wartościowym rynek ten odnotował jednak wzrost przekraczający 2%, generując obrót producentki na poziomie około 1 miliarda euro, co stanowi bezpośredni skutek dynamicznego wzrostu cen średnich wywołanego globalnym kryzysem surowcowym (m.in. deficytem soku pomarańczowego) oraz rosnącymi kosztami energii i opakowań szklanych. Statystyki te potwierdzają relatywną słabość wolumenową rynku, na którym średnie roczne spożycie na jednego mieszkańca wynosi obecnie zaledwie 11,2 litra. Jest to jeden z najniższych wyników w skali całej Europy, gdzie unijna średnia konsumpcyjna kształtuje się na poziomie 15 litrów.

Najnowsze, pełne dane telemetryczne instytutu Circana za rok kończący się w marcu 2026 roku obrazują pogłębienie tego trendu spadkowego w segmencie zorganizowanego handlu detalicznego. Włoski rynek detaliczny (skupiający łącznie kanały hipermarketów, supermarketów, mniejszych sklepów typu LSP/superette oraz dyskontów) odnotował w tym okresie wolumen sprzedaży na poziomie 475,6 mln l. Wynik ten oznacza drastyczny spadek ilościowy o 7,3% w skali roku. Pod wpływem silnej presji inflacyjnej oraz jednoczesnego ograniczania zakupów przez konsumentów uległy skurczeniu także przychody wartościowe branży, które osiągnęły poziom 757,7 mln EUR, co stanowi spadek o 5,1% w ujęciu rocznym.

Tabela 1. Struktura wolumenowa i wartościowa rynku soków we Włoszech (Dane Circana do marca 2026 r.)

Kategoria produktu	Wolumen (mln l)	Wartość sprzedaży (EUR)
Napoje owocowe (30% do 99% soku)	236,3 mln l	366,5 mln EUR
Nektary i produkty pochodne	124,4 mln l	202,1 mln EUR
Napoje o niskiej zawartości (<29%)	74,9 mln l	97,4 mln EUR
Czyste soki 100%	32,9 mln l	65,5 mln EUR
Spremute UHT	5,9 mln l	18,9 mln EUR
Frullati UHT	1,2 mln l	3,1 mln EUR

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych rynkowych Circana zawartych w DM Magazine (2026).

Głębsza analiza poszczególnych segmentów asortymentowych dowodzi, że najbardziej stabilną i dominującą pozycję rynkową utrzymują napoje owocowe o zawartości soku od 30% do 99%. Wolumen ich sprzedaży wyniósł 236,3 mln l przy obrotach rzędu 366,5 mln EUR, pomimo spadków odpowiednio o 5,8% ilościowo i 3,9% wartościowo. Druga pozycja należy do tradycyjnego segmentu nektarów i produktów pochodnych. Kategoria ta odnotowała 124,4 mln l wolumenu oraz 202,1 mln EUR przychodu, jednak okazała się silnie poturbowana przez kryzys, notując głębokie tąpnięcie na poziomie aż 10,9% w litrach i 9,3% w wartości obrotu.

Z kolei jedyną kategorią, która wykazała dodatnią dynamikę w ujęciu finansowym, były napoje o najniższym stężeniu owoców, czyli do 29% zawartości soku. Ich wartość rynkowa wzrosła o 1,5%, generując 97,4 mln EUR (choć wolumen również poddał się regresowi o 2,8% do poziomu 74,9 mln l). Krytycznie słabe wyniki notują czyste soki 100%, których sprzedaż spadła o 11,6% w litrach (do zaledwie 32,9 mln l) oraz o 3,8% wartościowo (do 65,5 mln EUR). Wynika to ze specyfiki kulturowej Włoch, gdzie soki 100% stanowią marginalną, 14-procentową niszę ze względu na brak nawyku ich spożywania podczas śniadań. Ostatnie miejsca

w strukturze rynku zajmują spremute UHT (5,9 mln l i 18,9 mln EUR przy spadkach o ok. 7,8%) oraz frullati UHT, które zanotowały najsilniejszy regres na poziomie 43,2% ilościowo i 39,5% wartościowo, spadając do poziomu 1,2 mln l o łącznej wartości 3,1 mln EUR.

Eksport i import soków: Bilans handlowy Włoch

Włochy są zarówno znaczącym importerem soków i zagęszczonych soków owocowych, jak i cenionym eksporterem produktów gotowych segmentu premium.

Import surowców

Ze względu na ograniczenia klimatyczne i brak własnych upraw niektórych owoców (np. egzotycznych) oraz niewystarczającą krajową produkcję bazową, Włochy masowo importują zagęszczone soki owocowe (koncentraty). Głównym towarem importowym jest zagęszczony sok pomarańczowy (sprowadzany z Brazylii i Hiszpanii) oraz zagęszczony sok jabłkowy (gdzie kluczowym partnerem handlowym jest Polska).

Eksport premium

Włoski eksport opiera się na produktach o wysokiej wartości dodanej. Światowym hitem eksportowym są włoskie soki z cytrusów sycylijskich, ze szczególnym uwzględnieniem soku z czerwonych pomarańczy (IGP Arancia Rossa di Sicilia) oraz soku cytrynowego, eksportowane głównie do Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii oraz USA. Łączna wartość włoskiego eksportu produktów sokowniczych przekracza 350 mln EUR rocznie. Z kolei w obszarze eksportu produktów masowych w 2025 roku odnotowano spadki, w efekcie czego unijny i globalny wywóz włoskich soków osiągnął najniższe wskaźniki wolumenowe od 2014 roku.

Tabela 2. Główni partnerzy handlowi Włoch w obrocie sokami owocowymi (udział wartościowy)

Kierunki eksportu z Włoch (Kraje docelowe)	Kierunki importu do Włoch (Dostawcy)
Niemcy (28%)	Hiszpania (24%)
Francja (18%)	Brazylia (19%)
Wielka Brytania (12%)	Niemcy (14%)
Stany Zjednoczone (9%)	POLSKA (11%)

Źródło: Estymacja na podstawie baz danych Eurostat (Comext) oraz ICE.

Inwestycje i nowoczesne technologie w zakładach

Przemysł przetwórczy we Włoszech intensywnie inwestuje w modernizację linii produkcyjnych, koncentrując się na dwóch aspektach: elastyczności opakowaniowej oraz redukcji śladu węglowego.

- Pasteryzacja wysokociśnieniowa (HPP): Włoskie zakłady masowo wdrażają technologię HPP (High Pressure Processing) dla soków funkcjonalnych i soków NFC klasy premium. Pozwala to na eliminację obróbki termicznej, dzięki czemu sok zachowuje na-

turalny kolor, witaminy oraz smak świeżych owoców, przy jednoczesnym wydłużeniu okresu przydatności do spożycia w łańcuchu chłodniczym.

- Inwestycje w opakowania ekologiczne i aseptyczne: W związku z unijnym rozporządzeniem PPWR, włoscy producenci (tacy jak Conserve Italia czy Zuegg) przeznaczają miliony euro na przebrojenie linii rozlewowych pod kątem rPET (pochodzących z recyklingu) oraz kartonów aseptycznych nowej generacji z przytwierdzonymi nakrętkami (tethered caps).
- Automatyzacja i optymalizacja linii rozlewowych: Ze względu na wysokie koszty pracy i presję marżową ze strony dyskontów, zakłady inwestują w zrobotyzowane systemy paletyzacji i systemy wizyjne AI do ciągłej kontroli jakości nalewu i szczelności zamknięć.

Preferencje konsumpcyjne, struktura dystrybucji i wiodące marki

Włoski konsument wykazuje bardzo sprecyzowane i rygorystyczne wymagania wobec kategorii napojowej, co bezpośrednio przekłada się na strukturę sprzedaży detalicznej oraz strategię największych producentów. Obserwuje się masową ewolucję w stronę segmentu wellness i napojów funkcjonalnych, gdzie tradycyjne soki owocowe są sukcesywnie zastępowane przez tak zwane super-smoothies oraz soki funkcjonalne wzbogacane ekstraktami roślinnymi, takimi jak imbir, kurkuma, aloes czy zielona herbata, a także witaminami wspomagającymi odporność. Ogromną i niesłabnącą popularnością cieszą się miksy owocowo-warzywne, ze szczególnym uwzględnieniem napojów typu ACE, czyli połączenia czerwonej pomarańczy, marchwi i cytryny. Równolegle najsilniejszym wektorem rozwoju rynku stał się segment senza zuccheri aggiunti, czyli produktów bez dodatku cukru, które notują dwucyfrowe wzrosty sprzedaży, podczas gdy warianty silnie słodzone są systematycznie eliminowane z koszyków zakupowych w odpowiedzi na powszechne dążenie do ograniczenia kalorii.

Zjawisku temu towarzyszy głęboka premiumizacja oraz dążenie do autentyczności rolniczej, przejawiające się tym, że konsumenci są w stanie zapłacić znacznie więcej za produkt posiadający certyfikat regionalny, jak cytryny z Sorrento czy czerwone pomarańcze z Sycylii. Wyraźnie rośnie też sprzedaż soków organicznych, biologicznych i proteinowych, często konfekcjonowanych w opakowaniach szklanych. Wygoda zakupowa stymuluje z kolei rozwój formatów mobilnych typu on-the-go, przez co kosztem tradycyjnych opakowań jednoznacznie rośnie sprzedaż mniejszych butelek i kartoników o pojemności 200 lub 250 ml.

Geograficzna mapa konsumpcji we Włoszech wykazuje stabilne rozłożenie akcentów handlowych. Absolutnym liderem pozostaje region północno-zachodni, generujący 28% wolumenu i aż 28,6% wartości sprzedaży detalicznej. Drugą pozycję zajmuje dynamiczne pod kątem konsumpcji soków południe Włoch, skupiające 27,4% wolumenu

oraz 25,7% udziału finansowego. Region centralny wraz z Sycylią odpowiada za odpowiednio 22,6% ilości i 23,4% wartości, a zestawienie zamyka region północno-wschodni (22% wolumenu i 22,3% obrotów).

W strukturze kanałów nowoczesnej dystrybucji pierwsze miejsce zajmują supermarkety, umacniające swoją pozycję z udziałem 48,2% wolumenu i aż 53,4% wartości sprzedaży. Na drugiej pozycji plasują się dyskonty, które osiągają 35% udziału ilościowego oraz 27,5% ujęcia wartościowego. Mniejsze sklepy tradycyjne i wolnoobsługowe (*liberi servizi/superette*) zabezpieczają odpowiednio 10% wolumenu oraz 11,6% wartości. Wielkopowierzchniowe hipermarkety zamykają strukturę z udziałem zaledwie 6,8% wolumenu i 7,5% całkowitego obrotu. Rynek charakteryzuje się ogromnym nasyceniem i konkurencją o miejsce na półce, ponieważ przeciętny supermarket eksponuje ponad 100 referencji UHT, a w hipermarketach liczba ta rośnie do 180 różnych produktów.

Włoski krajobraz konkurencyjny charakteryzuje się silnym dualizmem. Z jednej strony niezwykle silną pozycję posiadają marki własne (*private label*), które kontrolują średnio aż 43,4% całkowitej wartości rynku. Sektor marek producentów (*industria di marca*) utrzymuje stabilną przewagę dzięki trzem wiodącym graczom, którzy kontrolują łącznie 35,8% wartości całego rynku. Niekwestionowanym liderem pozostaje spółdzielnia rolnicza *Conserve Italia* (właściciel legendarnych marek *Yoga*, *Valfrutta* oraz *Derby Blue*), wyspecjalizowana w nektarach przecierowych i nowoczesnych sokach dla młodszych pokoleń. Drugim kluczowym filarem jest koncern *Zuegg*, budujący udziały na bazie produktów premium oraz czystego składu. Trzecim potężnym graczem jest Grupa *Lactalis*, kontrolująca zaawansowaną rynkowo markę *Santàl* (poprzez strukturę koncernu *Parmalat*), dominującą w obszarze soków 100% i funkcjonalnych mikсів.

Współpraca gospodarcza z Polską: Synergia surowcowa i technologiczna

Relacje handlowe między Polską a Włochami w sektorze sokowniczym mają charakter wysoce komplementarny i opierają się na głębokiej dwukierunkowej wymianie surowcowej oraz technologicznej, której łączna wartość obrotów przekracza 75 mln EUR rocznie. Polska, będąca europejskim potentatem w uprawie owoców miękkich i ziarnkowych, odgrywa rolę strategicznego dostawcy bazy surowcowej dla włoskich producentów gotowych napojów. Krajowy zagęszczony sok jabłkowy (zarówno wariantu FC, jak i NFC) eksportowany jest z Polski do Włoch w masowych ilościach, osiągających roczny wolumen rzędu od 35 do 42 tys. t, co generuje wartość eksportu na poziomie od 44 do 52 mln EUR. Udział Polski w strukturze całego włoskiego importu koncentratu jabłkowego ustabilizował się na wysokim poziomie wynoszącym 11,4%, a tamtejsze zakłady przetwórcze wykorzystują polski surowiec jako

naturalny, neutralny smakowo czynnik słodzący oraz bazę do tworzenia masowych nektarów i mikсів owocowych z droższych, rodzimych owoców pestkowych, takich jak brzoskwinie czy morele.

W kierunku odwrotnym polskie zakłady przetwórcze i liderzy rynku rozlewniczego, tacy jak Grupa *Maspex* z marką *Tymbark* czy *Hortex*, importują z Włoch najwyższej jakości półprodukty z owoców południowych, których roczna wartość zakupów oscyluje w granicach od 18 do 22 mln EUR. Ta wymiana obejmuje przede wszystkim koncentraty, aromaty i bazy z czerwonych pomarańczy sycylijskich, cytryn oraz mandarynek, które osiągają łączny roczny wolumen importu do Polski na poziomie od 12 do 15 tys. t i są niezbędnym komponentem do produkcji krajowych soków wieloowocowych, nektarów oraz napojów gazowanych. Całość tej wymiany towarowej jest ściśle obudowana współpracą inżynierską, ponieważ polskie fabryki spożywcze masowo wdrażają zaawansowane włoskie maszyny, prasy, stacje pasteryzacji oraz kompletne, zautomatyzowane linie rozlewowe o wydajności dochodzącej do 40 tys. opakowań na godzinę, dostarczane przez wyspecjalizowanych producentów aparatury przemysłowej z Półwyspu Apenińskiego, co rocznie generuje dodatkowe kilkanaście milionów euro obrotów w sektorze dóbr inwestycyjnych.

Bibliografia

- [1] AIJN (European Fruit Juice Association). 2025. *Liquid Fruit Market Report 2025: European Juice Industry Overview*. Brussels: AIJN.
- [2] Assosucchi (Associazione Italiana Industrie Succhi d'Frutta). 2025. „Il mercato dei succhi e dei nettari in Italia: Rapporto annuale sui consumi e la produzione 2024”. Komunikat branżowy, Mediolan: Assosucchi.
- [3] Conserve Italia. 2025. *Rapporto di Sostenibilità e Bilancio d'Esercizio 2024: Performance dei marchi Yoga i Valfrutta*. San Lazzaro di Savena: Conserve Italia Sca.
- [4] Distribuzione Moderna. 2026. „Succhi, nettari e spremute: piccoli sorsi di natura in risposta al trend salutistico”. *DM Magazine*, wydanie maj 2026. Mediolan: Edizioni DM Srl.
- [5] Eurostat. 2026. „EU Agri-Food Trade with Italy: Fruit Juice and Concentrates Annual Statistics 2020-2025”. European Commission. Dostęp 3 sierpnia 2026.
- [6] Eurostat. 2026. „EU International Trade in Goods (Comext Database) – Fruit Juice Import/Export Statistics 2019-2025”. European Commission. Dostęp 28 lipca 2026.
- [7] Food Drink Italy. 2026. „I trend delle bevande analcoliche in Italia: Supermarket e Discount guidano la crescita del 'Senza Zuccheri'”. *Food Magazine Italy*, nr 4 (kwiecień 2026): 74–82.
- [8] Główny Urząd Statystyczny. 2025. *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi: Analiza obrotów towarowych Polski w układzie krajowym i produktowym za rok 2024*. Warszawa: GUS.
- [9] Główny Urząd Statystyczny. 2025. *Obroty handlu zagranicznego ogółem i według krajów w okresie styczeń – grudzień 2025 roku*. Warszawa: GUS.
- [10] ICE (Italian Trade Agency). 2025. *The Food and Beverage Industry in Italy: Export Dynamics and Market Insights*. Rome: ITA.
- [11] [Krajowa Unia Producentów Soków (KUPS). 2025. „Raport zrównoważonego rozwoju i bilans handlowy polskiego sektora sokowniczego: Struktura eksportu zagęszczonych soków jabłkowych do krajów UE”. Dokument branżowy, Warszawa: KUPS.
- [12] Muraca, Marco Emanuele. 2026. „Bevitalia 2025-26: Il Mercato dei Succhi e delle Bevande Frutta”. *Beverfood.com Edizioni*. Opublikowano 23 marca 2026.