



**Vlaanderen**  
is Internationaal Ondernemen



**CHOCOLADE EN  
SUIKERGOED**

**IN ITALIË**

**FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKTSTUDIE**



# CHOCOLADE EN SUIKergoed IN ITALIË

Marktstudie

Februari 2016

Flanders Investment & Trade Rome

---

# 1. De Italiaanse zoetwarenmarkt

---

## Beknopt marktoverzicht

---

- Onder zoetwarenmarkt wordt de verkoop van chocolade, kauwgom, graanrepen en suikergoed verstaan.
- De Italiaanse zoetwarenmarkt (suikergoed en chocolade) groeide met 1,8% in 2014. De marktwaarde van de sector bedroeg \$ 5.121,3 miljoen.
- Wat het volume betreft, groeide de markt met 1,6% in 2014 tot een volume van 380,3 miljoen kg.
- Chocolade is het grootste marktsegment, goed voor 64,2% van de totale marktwaarde.
- Italië vertegenwoordigt 6,7% van de Europese suikergoed- en chocolademarktwaarde.

## Marktwaarde, marktvolume, segmentatie

---

De Italiaanse zoetwarenmarkt is de laatste jaren steeds licht gegroeid, zowel in waarde als in volume. Men verwacht dat deze trend zich zal doorzetten in de nabije toekomst.

### Waarde zoetwarenmarkt in miljoen dollar, periode 2012-2014

Jaar	Miljoen dollar/euro	Miljoen euro	% groei
2012	4.959,8	3.737,2	1,2%
2013	5.032,8	3.792,2	1,5%
2014	5.121,3	3.858,9	1,8%

### Volume zoetwarenmarkt in miljoen kilo, periode 2012-2014

Jaar	Miljoen kg	% groei
2012	370,5	1,3%
2013	374,2	1,0%
2014	380,3	1,6%

Het chocoladesegment was de meest winstgevende markt in 2014, met een totale omzet van \$ 3.287,1 miljoen, wat overeenkomt met 64,2% van de totale marktwaarde. Het suikergoedsegment betaalde een omzet van \$ 1,1 miljard in 2014, wat neerkomt op 23,3% van de totale marktwaarde.

### Segmentatie zoetwarenmarkt in miljoen dollar, jaar 2014

Segment	2014	%
Chocolade	3.287,1	64,2%
Suikergoed	1.192,4	23,3%
Kauwgom	564,3	10,7%
Graanrepen	95,4	1,9%
<b>TOTAAL</b>	<b>5.121,2</b>	<b>100%</b>

Italië is goed voor 6,7% van de totale Europese zoetwarenmarkt (in waarde). Het is daarmee de vierde belangrijkste Europese markt.

### De geografische segmentatie op Europese schaal in miljoen dollar, jaar 2014

Land	2014	%
Duitsland	12.476,8	16,3%
Verenigd Koninkrijk	11.234,4	14,6%
Frankrijk	7.372,4	9,6%
Italië	5.121,3	6,7%
Rest van Europa	40.565,2	52,8%
<b>TOTAAL</b>	<b>76.770,1</b>	<b>100%</b>

## Marktleiders

---

De Italiaanse markt voor zoetwaren is redelijk geconcentreerd, waarbij de vier grootste spelers goed zijn voor 63% van de totale marktwaarde. Ferrero heeft bijna een kwart van het marktaandeel.

Bedrijf	% marktaandeel
Ferrero S.p.A.	23,9%
Nestlé S.A.	16,2%
Perfetti Van Melle	15,1%
Mars. Inc.	8,2%
Overige	36,7%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

Twee marktleiders onder de loep:

**Ferrero S.p.A.**<sup>4</sup> is de moedermaatschappij van de Ferrero-groep en heeft haar hoofdkantoor in Alba.

Het produceert een breed scala van voedsel en dranken, met inbegrip van chocolade en chocoladeproducten, bakkerijproducten, snacks, chocopasta, pepermuntjes en drankjes.

Het telt 78 bedrijven en 20 productiesites wereldwijd. Het produceert en commercialiseert ruim 1 miljoen ton producten in 160 landen onder de volgende merknamen: Kinder Cioccolato, Ferrero Rocher, Pocket Coffee, Raffaello, Giotto, Tic Tac, Kinder Pinguì, Kinder Maxi, Kinder Paradiso, Kinder Delice, Kinder Bueno, Duplo, Mon Chéri, Nutella en Kinder Fetta al Latte en andere

Het sloot in augustus 2014 haar jaarrekening af met ruim 8.412 miljoen euro, wat een stijging van 3,9% ten opzichte van 2013 betekende.

Het telde in 2014 gemiddeld 24.836 medewerkers. Rekening houdend met externe medewerkers, bedroeg dit 34.236 eenheden, in 53 landen, van 100 nationaliteiten. In Italië stelt de groep 6.384 personen te werk.

De eerste commerciële vestiging van Ferrero in België opende in 1958 (Brussel). De productievestiging Ferrero Ardennes in Aarlen opende in 1989.

Website: [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)

**Perfetti Van Melle S.p.A.** is een particuliere onderneming die snoep en kauwgom produceert en verkoopt. PVM telt 15 productiesites in Europa, 12 in Azië, 13 in de VS en 1 in Afrika. Het hoofdkantoor is gevestigd in Lainate (Milaan). Perfetti Van Melle produceert en verkoopt wereldmerken zoals Air Heads, Golia, Mentos, Chupa Chups, Fruittella, Alpenliebe, Frisk Mentos Gum, Vivident, Happydent, Center Fruit, Smint, Daygum, Mellers, Look-o-Look en Big Babol. Naast deze internationale merken, biedt het bedrijf een brede waaier van producten die hun uniciteit en populariteit vinden op de lokale markten.

Website: [www.perfettivanmelle.com](http://www.perfettivanmelle.com)

## Distributie, markttoegang, concurrentie

De Italiaanse zoetwarenmarkt biedt een brede waaier aan producten, onderscheiden door hun typische eigenschappen en de sterkte van de merken.

De detailhandel is het belangrijkste distributiekanaal op de Italiaanse markt voor zoetwaren, goed voor een aandeel van 36,4% van de totale marktwaarde.

De meeste zoetwaren worden immers in grote schaal op de markt gebracht en dienen in grote hoeveelheden te worden geproduceerd om winstgevend te zijn. Het is echter ook mogelijk de markt te betreden op kleine schaal, met bijvoorbeeld hoogwaardige, ambachtelijk vervaardigde producten in beperkte hoeveelheden.

Veel van de bestaande merken zijn sterke spelers, en consumenten zijn niet bereid om van hun favorieten af te stappen. Dit betekent dat het moeilijk is om winkeliers ertoe te bewegen om een product van een nieuwe speler toe te voegen aan hun assortiment.

Op de markt aanwezige bedrijven zijn zich bewust van de sterkte van hun merken op de snoepgoedmarkt. Ze hebben de neiging zich te richten op uitbreiding van het merk met nieuwe varianten, in plaats van het lanceren van producten onder nieuwe merknamen.

De meeste zoetwaren worden door de eindgebruikers als snack gegeten. Substituten omvatten dus hartige snacks, vers fruit, en dergelijke. Sommige chocoladeproducten of suikerwaren worden door de consument als luxe of cadeauartikel aangekocht, en niet als snelle snack voor persoonlijk gebruik. Over het algemeen is de concurrentie met substituten voor snoepgoed en chocolade gering.

De toegenomen campagnes over de gezondheidsrisico's van overdadig gebruik van zoete snacks kunnen de consument beïnvloeden om over te schakelen naar een meer gezondheidsbewust alternatief. De suikerwarensector omvat echter een breed scala van productcategorieën. Binnen elk segment hebben fabrikanten veel mogelijkheden om producten te maken die zich onderscheiden van de rest (bijvoorbeeld suikervrije mueslirepen speciaal voor mensen met diabetes). Steeds meer producten zijn ontwikkeld om gezondere alternatieven voor de bestaande lijnen te creëren, met vervangende versies zonder kleurstoffen, met een laag suikergehalte, biologisch, glutenvrij of met toegevoegde vitaminen.

## Productie, import, export, consumptie

---

### De snoepgoedsector in cijfers<sup>2</sup>

Jaar 2014	Ton	Miljoen euro
Productie	103.950	1.237,5
Import	47.212	142,9
Export	46.389	168,5
Totale consumptie	104.773	
Consumptie pro capita (kg)	1,76	

## Marktprognose

---

In 2019 zal de Italiaanse zoetwarenmarkt naar verwachting € 4.212,3 miljoen waard zijn. Dit betekent een stijging van 9,2% ten opzichte van 2014.

Jaar	Miljoen dollar	Miljoen euro	% groei
2014	5.121,3	3.858,9	1,8%
2015	5.209,3	3.925,2	1,7%
2016	5.301,6	3.994,7	1,8%
2017	5.395,8	4.065,7	1,8%
2018	5.492,4	4.138,6	1,8%
2019	5.591,6	4.213,3	1,8%

In 2019 zal het volume van de Italiaanse zoetwarenmarkt naar verwachting 419,6 miljoen kg bedragen, een stijging van 10,3% ten opzichte van 2014.

Jaar	Miljoen kg	% groei
2014	380,3	1,6%
2015	387,6	1,9%
2016	395,3	2,0%
2017	403,0	1,9%
2018	411,4	2,1%
2019	419,6	2,0%

## Sectorvereniging Italiaanse chocolade- en snoepgoedproducenten

---

AIDEPI, de [Italian Association of Confectionery and Pasta Industries - Rome](#)

is de sectorvereniging voor [Italiaanse producenten van chocolade, cacao-producten en snoepgoed](#) (producenten van chocolade, cacao-producten en snoepgoed)



---

## 2. De Italiaanse chocolademarkt

---

### Beknopt marktoverzicht

---

- De chocolademarkt bestrijkt pralines, candy-bars, bonbons, tabletten en repen, figuren en overige chocoladeproducten.
- De Italiaanse chocolademarkt groeide in 2014 met 1,4%. De waarde ervan bedroeg \$ 3.287,1.
- Wat het volume betreft, groeide deze markt in 2014 met 1,2% tot een volume van 224,7 miljoen kg.
- Verpakte chocolade (pralines) vormt het grootste segment van deze markt, goed voor 38% van de totale marktwaarde.
- Italië staat voor 7,5% van de Europese chocolademarktwaarde.

### Marktwaarde, marktvolume, segmentatie

---

De Italiaanse chocolademarkt is de laatste jaren steeds licht gegroeid, zowel in waarde als in volume. Men verwacht dat deze trend zich zal doorzetten in de nabije toekomst.

#### Waarde chocolademarkt in miljoen dollar, periode 2012-2014

Jaar	Miljoen dollar/euro	Miljoen euro	% groei
2012	3.202,8	2.413,3	0,7%
2013	3.241,9	2.442,8	1,2%
2014	3.287,1	2.476,8	1,4%

#### Volume chocolademarkt in miljoen kilo, periode 2012-2014

Jaar	Miljoen kg	% groei
2012	220,9	1,1%
2013	221,9	0,5%
2014	224,7	1,2%

Het pralinesegment was het winstgevendst in 2014, goed voor 38% van de totale marktwaarde. Het segment tabletten en repen was goed voor 26% van de totale marktwaarde.



### Segmentatie chocolademarkt in miljoen dollar, jaar 2014

Segment	2014	%
Pralines	1.249,5	38,0%
Tabletten en repen	853,1	26,0%
Candy-bars	519,6	15,8%
Overige chocolade	272,6	8,3%
Figuren	201,5	6,1%
Bonbons	190,8	5,8%
<b>TOTAAL</b>	<b>3.287,1</b>	<b>100%</b>

Italië is goed voor 7,5% van de totale Europese chocolademarktwaarde en is daarmee de vierde belangrijkste afzetmarkt.

### De geografische segmentatie op Europese schaal in miljoen dollar, jaar 2014

Land	2014	%
Duitsland	7.943,5	18,2%
Verenigd Koninkrijk	7.752,7	17,7%
Frankrijk	4.569,2	10,5%
Italië	3.287,1	7,5%
Rest van Europa	20.136,8	46,1%
<b>TOTAAL</b>	<b>43.689,3</b>	<b>100%</b>

## Marktleiders

---

**Ferrero S.p.A.<sup>4</sup> is de Italiaanse marktleider met 36% van het marktaandeel.**

Bedrijf	% marktaandeel
Ferrero S.p.A.	36,0%
Nestlé S.A.	19,8%
Mars Inc.	12,7%
Mondelez International Inc.	8,0%
Overige	23,5%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

## Productaanbod en distributie

---

De Italiaanse chocolademarkt biedt een brede waaier aan producten, onderscheiden door hun typische eigenschappen en de sterkste van de merken. De markt omvat **chocolade en producten op basis van cacao**, voornamelijk chocoladerepen, pralines in een breed scala van maten en smaken, chocoladesnacks en cacaobereidingen in poedervorm.

Chocoladecoatings, cacaopoeder voor industrieel gebruik en cacaoboter zijn halffabricaten voor andere industriële en ambachtelijke ondernemingen bij de productie van afgewerkte chocoladeproducten, vullingen voor koekjes, bakkerijproducten en ijsjes. Halffabricaten vertegenwoordigen ongeveer een kwart van de hele industriële productie op basis van cacao.

**Chocopasta's** zijn een typisch Italiaans product: vele generaties kinderen zijn opgegroeid met brood of beschuit met deze mix van hazelnoten en magere cacao als ontbijt of tussendoortje.

**Chocolade paaseieren** vertegenwoordigen traditie en innovatie, maar in Italië biedt een chocolade ei nog meer: de verrassing van binnen, een echte "made in Italy" uitvinding, waarbij de producerende bedrijven waarde aan deze oude traditie toevoegen door het verpakken van een fantasierijk cadeau in het ei.

Chocoladeproducten dreigen te smelten in de zuidelijke regio's. Het is nodig om ze snel te kunnen verkopen, of om ze goed en effectief op te slaan in bewaarcellen of gekoelde ruimtes. Dit doet de kost voor opslag oplopen. Omwille van het klimaat is de consumptie van chocolade eerder seizoensgebonden.

De detailhandel is het belangrijkste distributiekanaal op de Italiaanse chocolademarkt, goed voor een aandeel van 36,6% van de totale marktwaarde. Supermarkten en hypermarkten zijn goed voor nog eens 24,6% van de markt.

## Distributiekanaal in % aandeel, jaar 2014

Distributiekanaal	% aandeel
Detailhandel	36,6%
Supermarkten en hypermarkten	24,9%
Convenience stores	19,7%
Service stations	9,8%
Overige	8,9%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

## Marktprognose

---

In 2019 zal de Italiaanse chocolademarkt naar verwachting een \$ 3.494,6 miljoen waard zijn, wat een stijging van 6,3% ten opzichte van 2014 betekent.

Jaar	Miljoen dollar	Miljoen euro	% groei
2014	3.287,1	2.476,8	1,4%
2015	3.328,8	2.508,2	1,3%
2016	3.370,8	2.539,9	1,3%
2017	3.412,2	2.571,1	1,2%
2018	3.453,6	2.602,3	1,2%
2019	3.494,6	2.633,2	1,2%

Het marktvolume zal naar verwachting oplopen tot 243,6 miljoen kg, een stijging van 8,5% ten opzichte van 2014.

Jaar	Miljoen kg	% groei
2014	224,7	1,2%
2015	228,3	1,6%
2016	231,9	1,6%
2017	235,5	1,6%
2018	239,8	1,8%
2019	243,8	1,6%

## Productie, import, export, consumptie

---

### De chocolademarkt in cijfers<sup>2</sup>

Jaar 2014	Ton	Miljoen euro
Productie (afgewerkt product)	312.450	4.126,6
Import	145.856	474,7
Export	249.176	1.291,0
Totale consumptie	209.130	
Consumptie pro capita (kg)	3,5	

## Chocoladeproducenten en -districten

---

Turijn, Perugia en Modica zijn de drie belangrijkste Italiaanse chocoladedistricten.

Vandaag vormt **Turijn** in Piemonte het belangrijkste district met een productie van ruim 85.000 ton, wat overeenkomt met bijna 40% van het nationale totaal. Naast de grote industriële chocoladefabrikanten zoals Ferrero, Caffarel of Streglio, zijn er ruim 100 ambachtelijke bedrijven die de Turijnse chocoladetraditie voortzetten. Tal van meester-chocolatiers ontwikkelen nieuwe smaken. Enkele grote namen in ambachtelijk werk zijn Stratta, Baratti & Milano, Guido Gobino en Peyrano. In 2014 nam de export toe met 6,5% tot een totaal van € 1.270 miljoen. Evenement te Turijn: [CioccolaTò](#).

De stad **Perugia** in Umbria is verbonden met chocolade sinds het begin van de twintigste eeuw, dankzij het bedrijf Perugina, met alom gekende producten bij verschillende generaties Italianen, zoals de Baci Perugina. Sinds 1991 hoort Perugina bij Nestlé Italiana S.p.A. Nestlé is steeds blijven investeren in deze productiesite, met behoud van de waarden die Perugina altijd onderscheiden. Inmiddels is de site

uitgegroeid tot een van de grootste Europese fabrieken van Nestlé voor de productie van chocolade. [Eurochocolate](#) is een groots evenement te **Perugia** van **14 tot 23 oktober 2016**.

Een derde chocoladedistrict in Italië bevindt zich in het oosten van Sicilië, in het barokke **Modica**. De chocolade van Modica wordt nog steeds geproduceerd op de traditionele manier, volgens de oude Azteekse traditie overgeleverd door de Spanjaarden. De artisanale “koude” verwerking levert chocolade op die typisch korrelig en kruimelig blijft. Ter bescherming van de traditie en het recept werd in 2003 het Consortium ter bescherming van de [chocolade van Modica](#) (CTCM) opgericht. Ruim twintig producenten werken samen met de Kamer van Koophandel van Ragusa, om de BGA-status te verkrijgen (Beschermd Geografisch Aanduiding). Evenement: [ChocoModica](#).

---

## Beurzen

---

Een nieuw event in Milaan is het [Salon du Chocolat](#). Dit is het belangrijkste gebeuren op wereldschaal rond artisanale chocolade en werd 20 jaar geleden geboren in Parijs.

### [CIBUS - International Food Exhibition](#)

Van 9 tot 12 mei 2016 te Parma. Algemene voedingsbeurs waar chocolade en snoepgoed een productcategorie vormen. Facts and Figures vindt u in het [Post Show Report 2014](#).

[Contacts Cibus 2016](#)

[SIGEP - International Exhibition for the Artisan Production of Gelato, Pastry, Confectionery and Bakery](#) - Jaarlijks salon te Rimini Fiera, Expo Centre. Volgende editie: van 21 tot 25 januari 2017.

Meer weten? [Sigep's succescijfers 2016](#)

Tijdens de voorbije editie in januari 2016 vond ook [RHEX Rimini Horeca Expo](#) plaats.

Tijdens de editie van januari 2017 zal [A.B. TECH EXPO - the International Exhibition of Technology & Products for Bakery, Pastry and Confectionery](#) plaatsvinden.

### [Tuttofood - Milano World Food Exhibition](#)

Van 8 tot 11 mei 2017 te Milaan. Tweejaarlijks salon voor professionals. [Exhibition contacts](#)

De [editie 2015](#) tekende recordcijfers op:

- 180.000 m<sup>2</sup> expositieruimte (een toename van 50% ten opzichte van 2013)
- 78.493 bezoekers, waarvan 23.430 buitenlandse (56,4% meer dan in 2013)
- 2.100 internationale topaankopers
- 2.838 exposanten, waarvan 432 buitenlandse en ruim 7.000 merken
- 12.000 contacten dankzij het ExpoMatching Program

---

## Bronnen

---

- Marketline, Mint Italy databank geraadpleegd op 03 februari 2016
- Website [AIDEPI - Italian Association of Confectionery and Pasta Industries](#) (geraadpleegd op 8 februari 2016)
- Largo Consumo - Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo 35ste jaar nr. 11/2015 en 12/2015
- Ferrero ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com) - geraadpleegd op 5 februari 2016)
- Verschillende beurswebsites geraadpleegd op 5 februari 2016

---

## Meer weten?

---

Is uw interesse gewekt? Wil u deze markt diepgaander verkennen?

Neem contact op met ons [kantoor in Rome](#)

---

## Disclaimer

---

De informatie die u in deze publicatie vindt is bedoeld als achtergrondinformatie die u moet in staat stellen een beeld te vormen met betrekking tot de hierin behandelde materie. Zij is met de grootste zorg verzameld op basis van de beschikbare data en documentatie op het ogenblik van de publicatie. Deze publicatie heeft bijgevolg niet de ambitie van volledigheid of geldigheid voor uw specifieke situatie. Zij kan bijgevolg nooit beschouwd worden als een juridisch, financieel of ander gespecialiseerd advies. Flanders Investment & Trade (FIT) kan in die zin nooit verantwoordelijk gesteld worden voor gebeurlijke foutieve vermeldingen, weglatingen of onvolledigheden in deze publicatie. FIT kan evenmin verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik of de interpretatie van de informatie in deze publicatie. De verwijzingen in deze publicatie naar bepaalde entiteiten, bedrijven en/of personen houden geen bijzondere aanbevelingen in die voor Flanders Investment & Trade enige verantwoordelijkheid zou kunnen teweegbrengen.