L'Italia resta il primo mercato europeo delle acque minerali: nel 2025 consumi ancora in crescita

Il Belpaese conferma il proprio primato europeo nel consumo di acqua minerale. Beverfood riporta i dati aggiornati del comparto, secondo cui nel 2025 il mercato ha continuato a crescere sia nei volumi sia nel valore, consolidando una leadership costruita negli anni. A sostenere il risultato sono l'elevata diffusione del consumo domestico, il peso del fuori casa e una filiera che continua a investire in innovazione di prodotto, sostenibilità del packaging e valorizzazione delle diverse caratteristiche organolettiche delle sorgenti. Dietro questi numeri si nasconde un fenomeno tutto italiano. In molti Paesi europei l'acqua è percepita come una commodity, mentre in Italia continua a essere una scelta di marca. Il consumatore distingue residuo fisso, effervescenza naturale, origine e perfino il tipo di bottiglia, attribuendo all'acqua un'identità che ricorda quella del vino. È una peculiarità che il fuori casa ha saputo valorizzare solo in parte. Molti ristoranti propongono ancora poche referenze e raramente raccontano il prodotto, nonostante rappresenti una delle voci con il miglior rapporto tra marginalità e semplicità di servizio. In un momento in cui cresce l'attenzione verso il bere analcolico, l'acqua minerale potrebbe uscire definitivamente dal ruolo di comprimaria e diventare un elemento distintivo dell'esperienza gastronomica. Non è un caso che l'alta ristorazione abbia iniziato da tempo a costruire vere e proprie carte delle acque: il resto del mercato potrebbe presto seguirla.