



PER RIASSUMERE



- **Principale driver di mercato:** circa il 60% dei consumatori di prodotti senza glutine è motivato da ragioni legate alla salute, tra cui celiachia e sensibilità al glutine.
- **Principale fattore di freno:** circa il 35% dei consumatori indica il prezzo più elevato dei prodotti senza glutine come una barriera all'acquisto frequente.
- **Tendenze emergenti:** circa il 40% dei consumatori predilige prodotti plant-based o certificati biologici senza glutine
- **Leadership regionale:** il Nord America contribuisce per il 38% al volume di mercato globale del senza glutine, seguito dall'Europa con il 28%.
- **Scenario competitivo:** le prime 5 aziende controllano quasi il 55% della quota di mercato globale degli alimenti e delle bevande senza glutine.
- **Segmentazione di mercato:** gli snack senza glutine rappresentano il 45%, le bevande il 25% e le farine e i preparati da forno il 30% delle categorie di prodotto in termini di volume.
- **Sviluppo recente:** oltre il 50% dei principali produttori a livello mondiale ha lanciato nuovi prodotti senza glutine tra il 2023 e il 2025.