

Beltè parla siciliano: lo storico brand veneto acquisito da Sibat Tomarchio

12 Gennaio 2026

di Redazione



ACIREALE – In Sicilia c'è chi non delocalizza valore, ma lo costruisce. Sibat Tomarchio annuncia l'acquisizione di Beltè, storico brand italiano di tè freddo imbottigliato. Nato a San Giorgio in Bosco (Veneto) – in uno degli stabilimenti di Sanpellegrino – Beltè ha costruito negli anni una forte riconoscibilità nel segmento beverage, con una presenza consolidata nella Gdo e un posizionamento orientato a naturalità e leggerezza.

L'operazione – attiva da gennaio 2026 – s'inserisce in una strategia di sviluppo orientata a rafforzare la competitività sui mercati nazionali, attraverso la valorizzazione di un brand italiano coerente e complementare. L'ambizione è presentarsi al mercato con prodotti d'eccellenza, sia nel comparto delle bevande gassate sia in quello delle bevande piatte, con un portafoglio più completo e una presenza più capillare nella grande distribuzione.

“È una scelta che unisce visione industriale e responsabilità verso il territorio: mettere radici più profonde per crescere più lontano – sottolinea la presidente di Sibat Tomarchio **Maria**

Cristina Busi Ferruzzi – . Portiamo Beltè dentro un progetto industriale solido, fatto di competenze, persone e investimenti che continuano a generare valore in Sicilia. Vogliamo continuare a investire nel nostro territorio: questa operazione parla di sviluppo, nuove traiettorie e fiducia”.

Beltè è un marchio “già nella testa” dei consumatori: un nome immediato (il “bel tè”, buono e genuino), un’identità popolare e familiare, una proposta pensata per la quotidianità delle famiglie e per i momenti di convivialità, anche on-the-go.

L’obiettivo di Sibat Tomarchio è rilanciarlo, trasferendo competenze e cultura d’impresa, facendo leva su ciò che Beltè già rappresenta per il mercato, con una proposta aggiornata e vicina alle esigenze del consumatore contemporaneo. Beltè si rivolge a famiglie, giovani e adulti attenti al benessere e alla qualità degli ingredienti, con elementi distintivi come estratto di foglie di tè , infuso di frutta , assenza di coloranti e conservanti e senza glutine.

A completare la proposta, una gamma articolata per occasioni di consumo diverse, nei due gusti pesca e limone: bottiglia da 1,5 litri – anche in versione Zero – bottiglia da 0,5 lt e formato lattina da 33 cl.

“L’operazione s’innesta in una fase di grande evoluzione della nostra storica azienda, che nel 2026 compie 106 anni – continua la presidente – affiancare al brand Tomarchio un altro marchio storico italiano, significa ampliamento dell’offerta, rafforzamento della presenza nella grande distribuzione e accelerazione della crescita fuori dalla Sicilia. In un momento in cui spesso il valore si sposta altrove, noi scegliamo di fare il contrario: investire sul territorio e per il territorio, perché qui c’è know-how e un’energia imprenditoriale e professionale che non ha niente da invidiare a nessuno”.