Pastaria



FIERA PASTARIA

INTERNATIONAL PASTA FACTORY SUPPLIERS TRADE FAIR

& FESTIVAL

DIVENTA ESPOSITORE

24-25 Maggio 2027

Firenze, Stazione Leopolda

La rivista del network di informazione professionale per il produttore di pasta

- www.pastaria.it
- www.pastariahub.com
- www.pastabid.com

6 2026

Kronos®

Meglio un seme che una nave.



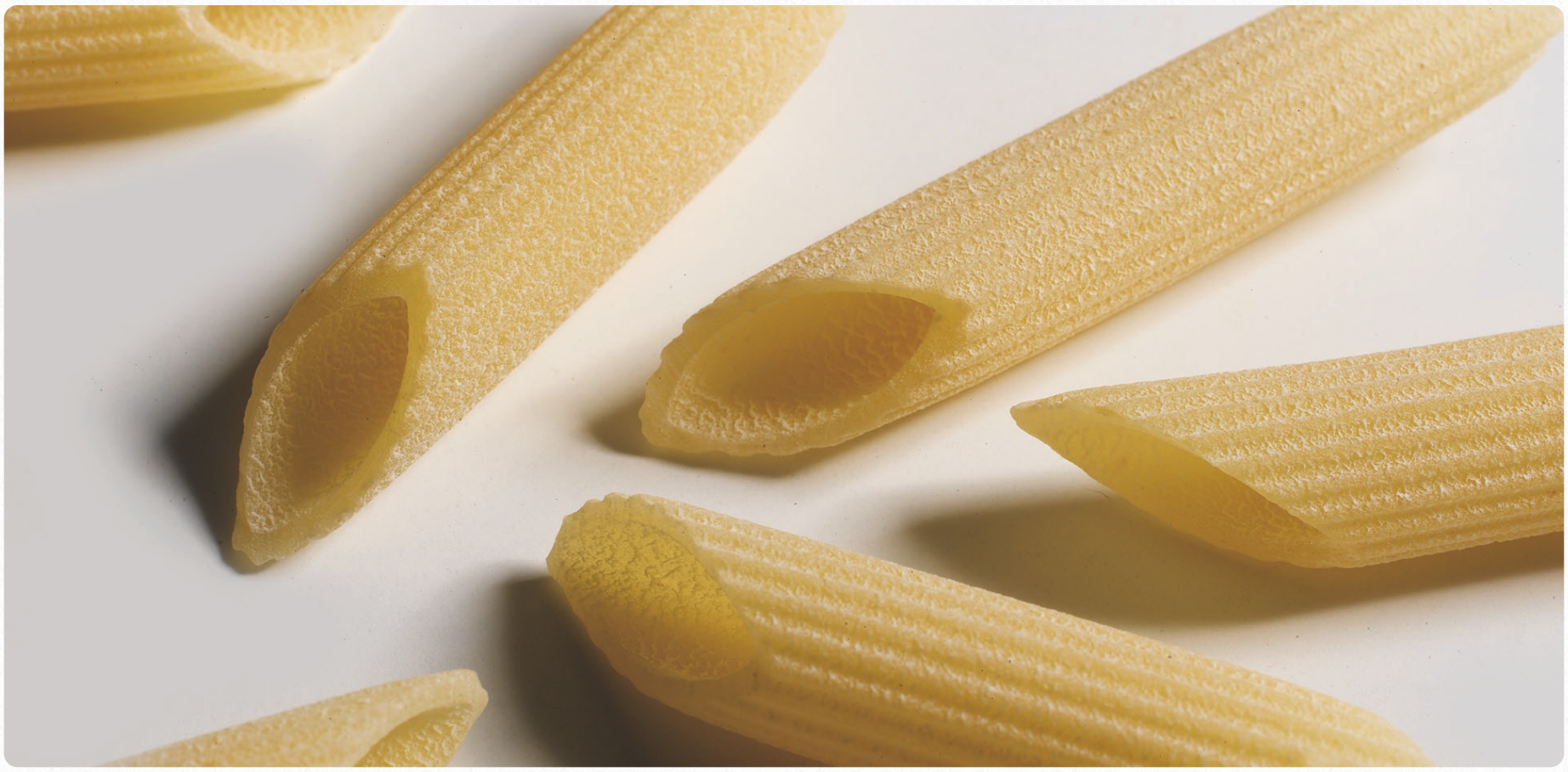
Il Progetto Kronos® nasce dalla collaborazione con Albert Carlton, padre dei Desert Durum dell'Arizona, i grani duri di altissima qualità da sempre importati dai migliori pastifici italiani per produrre pasta premium. Molino grassi dal 1992 è riuscita ad avere l'esclusiva per la riproduzione sia del seme che del grano adottando e perfezionando tecniche colturali adattate al clima mediterraneo, mantenendo così intatte le caratteristiche organolettiche. Kronos® è una semola di frumento unica per contenuto proteico, resistenza alla cottura, sapore e colore. L'ideale quindi per una pasta fresca, gustosa e sempre al dente.

Per saperne di più: www.molinograssi.it

MOLINO GRASSI

Colophon

Pastaria DE 6/2026
Novembre



EDITORE
Kinski Editori S.r.l.
sede legale
Via Possioncella 1/1 • 42016 Guastalla
sede operativa
Via Dall'Aglio 21/2 • 43122 Parma [Italia]
tel. +39 (0)521 1564934
fax +39 (0)521 1564935
Email redazione@pastaria.it
ROC no. 23238

DIRETTORE RESPONSABILE
Lorenzo Pini

COPYRIGHT ©
Kinski Editori S.r.l. Poiché siamo ostinatamente convinti che la condivisione dell'informazione, delle idee e della conoscenza possa contribuire a rendere migliore il mondo, la diffusione di questa rivista non solo è consentita ma addirittura promossa e incentivata. Puoi inviare la rivista a tuoi conoscenti, stamparla e distribuirla, inserire un link di download sul tuo sito, condividerla sui tuoi canali sui social network, ecc. ecc. Purché sempre gratuitamente e senza modificare l'originale.

INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)
xPlants.it (Levata di Curtatone, Mantova)

PASTA TECHNOLOGIES GROUP

FORMATRICI PASTA RIPIENA

DESIGN IGIENICO E CONTROLLO TOTALE, PER UNA PASTA DI QUALITÀ SUPERIORE

Mod. FAD
Doppia Sfoglia



Mod. FJS3000
Formatrice speciale



Mod. FA
Singola Sfoglia



LAVABILE

IGIENICO

INTUITIVO

RAPIDO

- Struttura in acciaio inox AISI 304, completamente lavabile
- Design igienico con facile accesso per pulizia e manutenzione
- Controllo intuitivo di ricette e parametri
- Cambio stampo rapido
- Lubrificazione centralizzata facilmente accessibile

Visita il nostro website
pastatechgroup.com

Per maggiori informazioni
info@pastatechgroup.com

Via Martiri delle Foibe 13 - 35019 Tombolo - Padova - Italia - +39 049 796 8840

Patrocini & Sostenitori



Patrocini

Pastaria ha ottenuto il patrocinio delle più prestigiose associazioni nazionali e internazionali di produttori di pasta alimentare.

I patrocini di Pastaria

abimapi

APPAFRE
Associazione produttori pasta fresca della piccola e media impresa

APPF
Associazione Produttori Pasta Fresca

IPO INTERNATIONAL PASTA ORGANISATION

MÜSAD
MAKARNA ÜRETİCİLERİ VE SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

NATIONAL PASTA ASSOCIATION

TMSD
ASSOCIATION OF TURKISH PASTA MANUFACTURERS

Uifrä
UNIÓN DE INDUSTRIALES FIDEEROS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

UN.A.F.P.A.
Union des Associations de Fabricants de Pâtes Alimentaires de l'U.E.
Union of Organizations of Manufacturers of Pasta Products of the E.U.

Unione Italiana Food
qualità, gusto e piacere

Sostenitori

Gli strumenti di informazione e aggiornamento professionale che compongono il network di Pastaria sono liberi e gratuiti grazie alla sensibilità e al sostegno di aziende leader che operano a livello internazionale nel campo della fornitura di ingredienti, semilavorati, macchine, impianti e servizi per la produzione di pasta fresca, secca, gnocchi e piatti pronti.

I sostenitori di Pastaria

Main sponsor

CASTIGLIONI ZEDDO
ITALIAN FOOD AND PACKAGING MACHINES

FAVA
pasta equipment Storci

MOLINO GRASSI
Creiamo qualità

1877 mininni Industria Molitoria

NICCOLAI TRAFILE
SINCE 1843.

Leading sponsor

AL.MA. Fresh Pasta Machinery

Macinazione Lendinara

GEA Engineering for a better world.

MOLITECNICA SUD
Listening drives the process
GRUPPO PELLICOLA

PASTA TECHNOLOGIES GROUP

Sponsor

CAPITANIO
TRAFILE E ACCESSORI PER PASTA E SNACK

DEMACO

FOODTECH S.R.L.
FOOD PROCESSING EQUIPMENT

IFT ITALIAN FOOD TECHNOLOGY

ITALGI

I.T.ALI.
Ingredienti e Tecnologie Alimentari

SINCE 1925
landucci
zamboni

La parmigiana
PASTA PRODUCING MACHINES AND PLANTS

MERGERSCORP
The Leader In Business Sales Mergers & Acquisitions

MOLINO DeVita

RAM ELETTRONICA

SARP TECNOLOGIE

SINERGIE TECNOLOGICHE

ZINDO
Pasta Machines & Processing

24 • 25 MAGGIO 2027
FIRENZE | Stazione Leopolda
TERZA EDIZIONE

FIERA PASTARIA

INTERNATIONAL PASTA FACTORY
SUPPLIERS TRADE FAIR

& FESTIVAL

Un'unica fiera per tutti i fornitori di pastificio

insieme ai convegni
e ai momenti di networking
del Pastaria Festival

DIVENTA ESPOSITORE

Mostra le tue soluzioni, incontra i decision maker,
sviluppa relazioni, fai crescere il tuo business.

PER I FORNITORI DI:

MACCHINE E IMPIANTI	INGREDIENTI E SEMILAVORATI	ACCESSORI E COMPONENTI	PACKAGING E IMBALLAGGI	SERVIZI E SOLUZIONI

PERCHÉ ESPORRE				
	INCONTRA PRODUTTORI E BUYER DA TUTTO IL MONDO	ACCEDI A NUOVI MERCATI E OPPORTUNITÀ DI BUSINESS	DÀI VISIBILITÀ AL TUO BRAND E ALLE TUE NOVITÀ	SVILUPPA RELAZIONI STRATEGICHE NELLA PASTA COMMUNITY

PRENOTA IL TUO SPAZIO ORA!

Spazi limitati. Assicura la tua presenza alla fiera internazionale dedicata ai fornitori dei pastifici.

RICHIEDI INFORMAZIONI
PASTARIA
Kinski Editori Srl
T. +39 0521 1564934
info@fierapastaria.com
fierapastaria.com

Pastaria

1

Grano duro: un mercato mondiale abbondante, ma non privo di tensioni

Carlotta De Pasquale
Areté



L’analisi di Areté presentata al World Pasta Day 2026, durante una sessione introdotta da Jaume Mas di Grupo Gallo. Produzione e scorte globali in crescita, ma qualità dei raccolti, tensioni sui mercati cerealicoli e prospettive delle semine 2027 alimentano l’incertezza. Pastaria è stata Main Media Partner dell’evento.

La campagna 2026/27 del grano duro si caratterizza per un quadro di disponibilità globali complessivamente abbondanti, con una produzione mondiale superiore ai consumi per il terzo anno consecutivo e scorte stimate sui livelli più elevati da oltre quindici anni.
È quanto emerge dall'analisi di Areté, basata sui dati disponibili al 26 ottobre 2026 e presentata in occasione del World Pasta Day 2026, svoltosi a Parma il giorno successivo.
Questi fondamentali contribuiscono a mantenere le quotazioni su livelli relativamente contenuti, prossimi ai minimi pluriennali registrati nella campagna precedente. Tuttavia, la situazione del mercato presenta alcune importanti criticità che potrebbero incidere sull'evoluzione dei prezzi nei prossimi mesi.
In particolare, le nostre analisi evidenziano come l'abbondanza quantitativa non corrisponda necessariamente a un'analoga disponibilità di grano duro di qualità elevata. Le caratteristiche qualitative dei raccolti, soprattutto in Nord America e nell'area mediterranea, rappresentano un elemento di attenzione per gli utilizzatori industriali.
A questo si aggiungono le tensioni sui mercati degli altri cereali, l'evoluzione del contesto macroeconomico e le incertezze relative alle prossime semine, che potrebbero modificare gli equilibri attualmente osservati.

Il contesto macroeconomico: energia, cambi e costi logistici

Per interpretare correttamente l'andamento del mercato del grano duro è necessario considerare innanzitutto il contesto macroeconomico nel quale si inserisce.
I mercati delle materie prime agricole continuano a risentire delle tensioni geopolitiche internazionali, delle oscillazioni dei prezzi energetici e dell'evoluzione dei costi di trasporto.
L'andamento delle quotazioni del petrolio e del gas naturale influenza direttamente e indirettamente i costi della produzione agricola, attraverso l'energia utilizzata nelle lavorazioni e il prezzo dei fertilizzanti, oltre a incidere sui costi della trasformazione industriale e della logistica.
Un'altra variabile importante è rappresentata dai tassi di cambio. Dopo il rafforzamento dell'euro rispetto al dollaro registrato nel 2025, nel corso del 2026 abbiamo osservato un'inversione di tendenza, con un indebolimento della moneta europea.

PRODUCIAMO LINEE COMPLETE PER PASTA DA OLTRE 70 ANNI

La parmigiana
INDUSTRY



WWW.LAPARMIGIANA.COM

PASTA CORTA



PASTA LUNGA



PASTA SPECIALE



PRODUZIONE FINO
A 1000 Kg/h

LA PARMIGIANA Srl
43036 Fidenza (ITALY)
Via La Bionda, 33
Tel. 0039 0524 528688
laparmigiana@laparmigiana.com

Per un’area come l’Unione Europea, strutturalmente importatrice netta di grano duro, questo elemento assume particolare rilevanza: un euro più debole comporta infatti un aumento del costo degli acquisti denominati in dollari, a parità di quotazioni internazionali.
Anche i noli marittimi possono modificare la competitività relativa delle diverse origini. L’aumento dei costi di trasporto può penalizzare i fornitori geograficamente più distanti e favorire, almeno temporaneamente, quelli più vicini ai principali mercati di destinazione.
Questi fattori contribuiscono a spiegare perché le quotazioni delle materie prime agricole possano mostrare tensioni anche in presenza di fondamentali produttivi relativamente favorevoli.

Il bilancio mondiale: terzo anno consecutivo in surplus

Secondo le nostre elaborazioni sui dati dell’International Grains Council (IGC), per la campagna 2026/27 stimiamo un aumento della produzione mondiale di grano duro di circa l’1% rispetto alla stagione precedente.
La crescita complessiva è il risultato di dinamiche differenti tra le principali aree produttrici. I maggiori raccolti stimati in Nord Africa, Turchia e Messico compensano le contrazioni registrate in Canada, Unione Europea e Stati Uniti.
Anche i consumi mondiali sono stimati in aumento, ma la produzione si mantiene superiore alla domanda, determinando un ulteriore accumulo delle scorte.
Si tratta della terza campagna consecutiva caratterizzata da un surplus produttivo, con stock finali stimati sui livelli più elevati da oltre quindici anni.
Parallelamente, stimiamo una contrazione del commercio internazionale. Il recupero produttivo del Nord Africa e della Turchia riduce infatti significativamente il fabbisogno di importazioni di queste aree, mentre Canada e Stati Uniti dispongono di volumi esportabili inferiori rispetto alla campagna precedente.
Il quadro mondiale appare dunque complessivamente favorevole dal punto di vista quantitativo. Tuttavia, per valutarne le implicazioni sui prezzi è necessario approfondire la situazione dei principali Paesi produttori ed esportatori, considerando non soltanto i volumi disponibili, ma anche le caratteristiche qualitative dei raccolti.

Canada: scorte elevate, ma qualità del raccolto inferiore

Il Canada continua a rappresentare il principale esportatore mondiale di grano

MOLINO

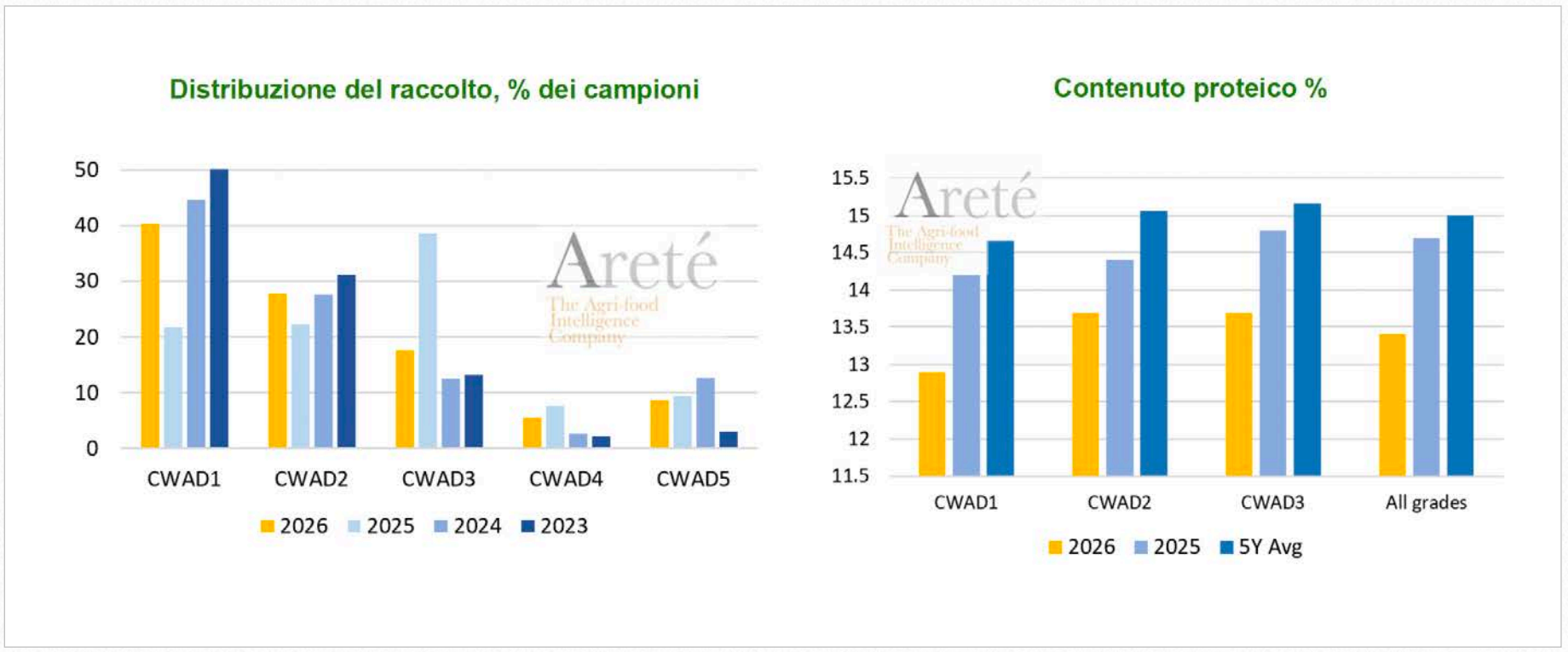
DeVita



ad ogni pastaio la sua semola
dal campo alla tavola
la nostra è fatta **su misura**
e si adatta alla filiera
di ciascun pastificio

molinidevita.it
info@molinidevita.it
SP 11 / Km14 - 71030 (FG) Italia
Casalvecchio di Puglia

Grafico 1 LA QUALITÀ DEL RACCOLTO CANADESE



Distribuzione delle classi qualitative e andamento del contenuto proteico. Fonte: elaborazioni Areté su dati Canadian Grain Commission, rilevazione del 6 ottobre 2026.

duro, con una quota pari a circa il 62% degli scambi internazionali.

Secondo le stime di Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), per la campagna 2026/27 la produzione canadese risulta in diminuzione, principalmente per effetto della contrazione delle superfici coltivate e di rese più vicine ai valori medi storici.

Nonostante questa flessione, il raccolto si mantiene superiore del 20% rispetto alla media degli ultimi cinque anni.

Le abbondanti disponibilità accumulate nelle campagne precedenti permettono inoltre di mantenere scorte finali elevate, stimate sul livello più alto dal 2018/19.

Il principale elemento di attenzione riguarda tuttavia la qualità del prodotto.

Le precipitazioni registrate nella parte finale dell'estate hanno rallentato le operazioni di raccolta e contribuito a determinare alcune criticità qualitative.

Secondo i dati della Canadian Grain Commission, il contenuto proteico medio del grano duro canadese risulta pari al 13,4%, rispetto al 14,7% della campagna precedente.

Anche il peso ettolitrico e la vitrosità rappresentano fattori di declassamento qualitativo.

Le rilevazioni disponibili indicano pertanto una minore disponibilità relativa delle classi qualitative superiori, pur in presenza di quantitativi complessivamente abbondanti.



SINCE 1925

landucci

zamboni

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

IMPRESA STORICA D'ITALIA

www.landucci.it

È importante sottolineare che i dati qualitativi presentati si riferiscono ai campioni analizzati alla data di rilevazione e non necessariamente alla totalità del raccolto.
Tuttavia, le indicazioni disponibili evidenziano una situazione rilevante per gli utilizzatori industriali: la disponibilità di grano duro ad alto contenuto proteico potrebbe risultare più limitata rispetto a quella suggerita dal bilancio quantitativo complessivo.
Negli Stati Uniti, secondo le stime dell'United States Department of Agriculture (USDA), la produzione risulta in diminuzione, mentre le elevate scorte iniziali limitano il fabbisogno di importazioni.
Le indicazioni qualitative sul Northern Durum segnalano, rispetto al raccolto dello scorso anno, un contenuto proteico superiore, sebbene accompagnato da un peso ettolitrico leggermente inferiore.

Unione Europea: produzione in calo e persistente fabbisogno di importazioni

Nell'Unione Europea, secondo i dati della Commissione Europea, la produzione di grano duro per la campagna 2026/27 risulta in diminuzione, principalmente a causa della contrazione delle superfici coltivate.
Questa dinamica si inserisce in una tendenza di lungo periodo che ha progressivamente ridimensionato il potenziale produttivo comunitario.
A fronte di consumi sostanzialmente stabili, la minore produzione mantiene elevato il fabbisogno di importazioni.
Un ulteriore elemento da considerare riguarda le caratteristiche qualitative del raccolto.
Le nostre analisi evidenziano contenuti proteici non particolarmente elevati in alcune importanti aree produttrici, in particolare nell'Italia meridionale, in Spagna e in Grecia.
Più favorevole risulta invece la situazione qualitativa della Francia.
Queste differenze contribuiscono ad accentuare il fabbisogno europeo di grano duro con caratteristiche qualitative elevate, soprattutto in termini di contenuto proteico.
Alla data del 18 ottobre 2026, le importazioni comunitarie risultavano superiori del 22% rispetto allo stesso periodo della campagna precedente.
La situazione europea evidenzia quindi come la disponibilità mondiale complessiva non sia sufficiente, da sola, a descrivere gli equilibri del mercato.
Per gli utilizzatori industriali, infatti, la possibilità di accedere alle qualità richieste dai processi produttivi rappresenta una

MOLITECNICA SUD

Listening drives the process

GRUPPO PELLICOLA

IL NOSTRO METODO

Prima ascoltiamo, poi costruiamo

01

Consulenza

Analizziamo le esigenze del cliente, i vincoli e gli obiettivi produttivi dell'impianto

02

Progettazione

Trasformiamo i dati raccolti nella fase di analisi preliminare in soluzioni personalizzate

03

Realizzazione

Costruiamo tutte le macchine secondo gli standard del Made in Italy e le installiamo ovunque

04

Assistenza

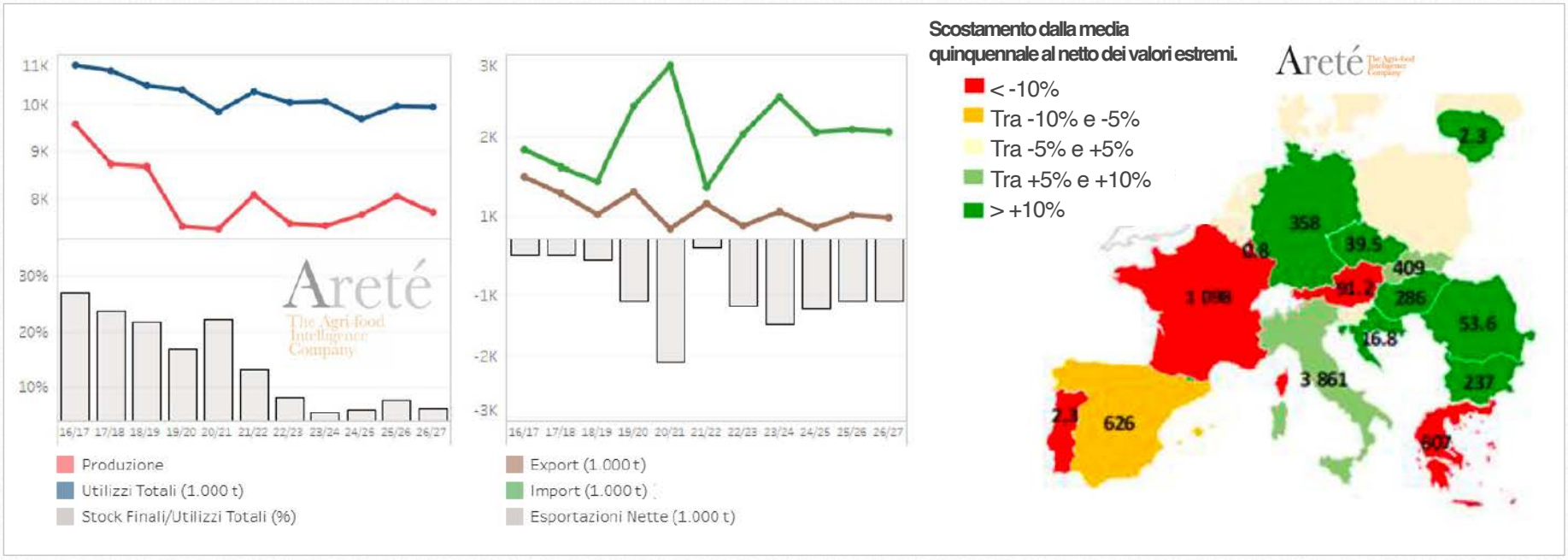
Garantiamo supporto grazie ai servizi di assistenza tecnica e manutenzione predittiva



Sistema per la macinazione e il recupero degli sfridi di pasta secca

Contrada Torre la Macchia sn - 70022 Altamura (BA) Italia
info@molitecnicasud.it | +39 0803101016 | www.molitecnicasud.it

Grafico 2 IL MERCATO DEL GRANO DURO NELL'UNIONE EUROPEA



Evoluzione di produzione, consumi, importazioni, esportazioni e scorte, con il dettaglio geografico delle condizioni produttive. Fonte: elaborazioni Areté su dati della Commissione Europea.

variabile altrettanto importante rispetto ai quantitativi globalmente disponibili.

Nord Africa: il recupero produttivo riduce le importazioni

Il Nord Africa rappresenta uno dei principali fattori alla base della contrazione stimata degli scambi internazionali di grano duro.

Secondo le nostre elaborazioni sui dati IGC, per la campagna 2026/27 stimiamo infatti un significativo recupero produttivo, favorito dall'ampliamento delle superfici coltivate e da condizioni meteorologiche complessivamente favorevoli, soprattutto in Marocco e Algeria.

La produzione della regione si colloca su livelli prossimi ai massimi storici.

Di conseguenza, il fabbisogno di importazioni è stimato in forte diminuzione, fino ai livelli più bassi dalla campagna 2021/22.

Anche in questo caso, tuttavia, è necessario distinguere tra disponibilità quantitativa e qualità del prodotto.

Le rese elevate possono infatti accompagnarsi a contenuti proteici inferiori, rendendo comunque necessari acquisti dall'estero di grano duro con caratteristiche qualitative superiori.

Un altro elemento da monitorare riguarda le politiche pubbliche di approvvigionamento.

graphic: ellittica.it

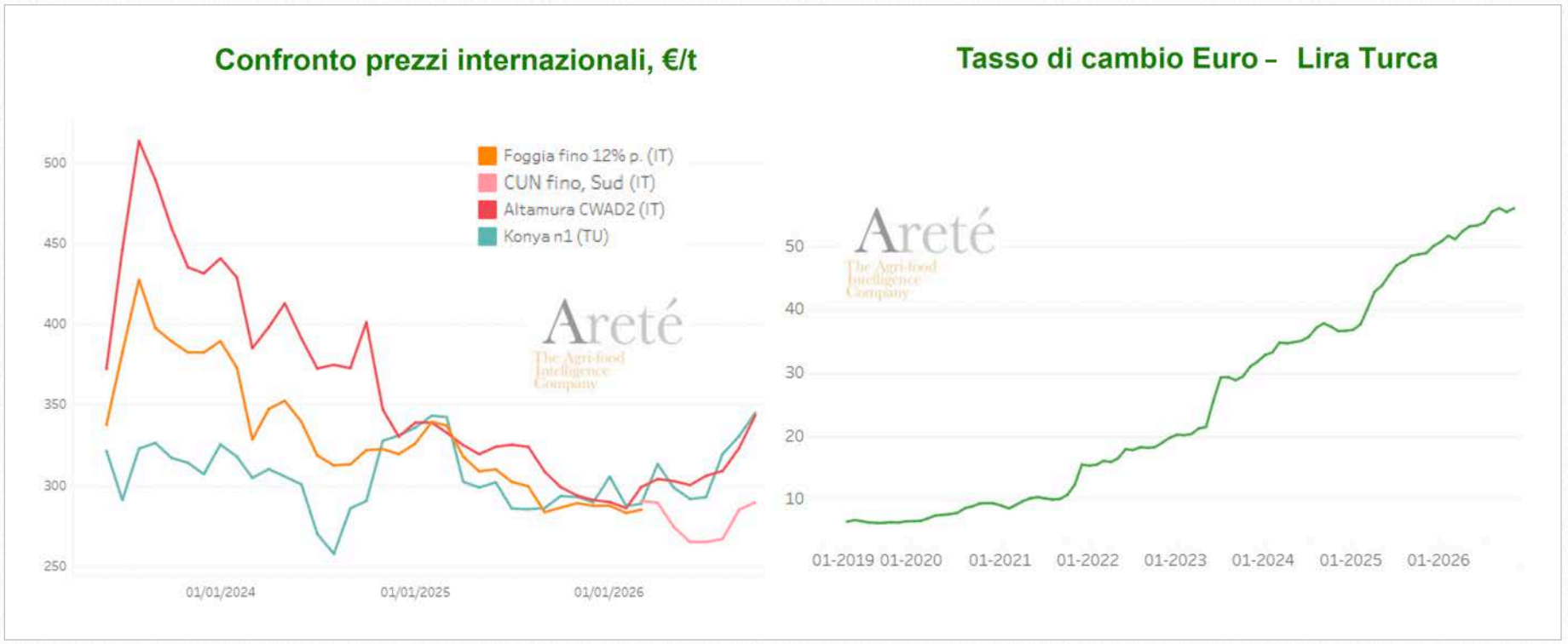
TUTTO
IL MEGLIO
DELL'INNOVAZIONE

La GM, essiccatoio a telai, è una delle macchine più flessibili esistenti sul mercato.
Capace di produrre tutti i formati speciali, dalle lasagne, ai cannelloni,
a tutte le diverse forme di nidi, utilizza una tecnologia molto avanzata che si adatta
alle diverse esigenze dei vari formati e delle materie prime.

FAVA
pasta equipment *Storci*

www.favastorci.com

Grafico 3 LA COMPETITIVITÀ DEL GRANO DURO TURCO



Confronto tra quotazioni internazionali e andamento del cambio euro/lira turca. Fonte: elaborazioni Areté su dati di mercato; dati valutari XE.

Le gare internazionali continuano a rappresentare uno strumento importante per diversi Paesi nordafricani e possono influenzare le dinamiche commerciali anche in presenza di raccolti nazionali abbondanti.
La Tunisia, ad esempio, aveva già indetto una gara per l'acquisto di 100 mila tonnellate di grano duro.

Turchia: disponibilità elevate e possibile ritorno alle esportazioni

Anche in Turchia la produzione di grano duro per la campagna 2026/27 è stimata in aumento, grazie soprattutto al miglioramento delle rese.

Le elevate disponibilità interne riducono il fabbisogno di importazioni, che rimane concentrato principalmente sulle qualità ad alto contenuto proteico.
Il Paese potrebbe quindi tornare a essere esportatore netto nella campagna 2026/27.
Tuttavia, le quotazioni del grano duro turco risultano poco competitive rispetto a quelle delle principali origini internazionali.
L'evoluzione dei tassi di cambio potrebbe modificare questa situazione.
Un ulteriore deprezzamento della lira turca renderebbe infatti il prodotto nazionale più competitivo sui mercati esteri.
Allo stesso modo, un aumento dei costi dei trasporti marittimi potrebbe favorire la competitività relativa del grano turco

IFT ITALIAN FOOD TECHNOLOGY

Telaio per essiccazione pasta ad alte prestazioni



Uniformità di essiccazione, igiene e affidabilità per linee moderne ad alta produttività.





Progettato per rispondere alle esigenze delle linee di essiccazione pasta lunghe e corte, il telaio IFT garantisce:

- Flusso d'aria ottimizzato per un'essiccazione uniforme
- Materiale plastico idoneo al contatto alimentare
- Elevata resistenza a temperatura, lavaggi e cicli intensivi
- Peso ridotto per minore stress su strutture e movimentazione

Una soluzione tecnica che migliora la stabilità del processo e riduce i costi di esercizio nel tempo.

Disponibile in tre versioni:
1200 x 600 x h 35 mm
1200 x 600 x h 54 mm
1200 x 600 x h 70 mm

© **IFT S.r.l.** - Via G. Galilei, 8 - 46032 Castelbelforte (MN), Italy
tel. +39 0376-663667 - info@iftmantova.com - www.iftmantova.com

Azienda Certificata IFS Broker

rispetto a quello canadese, soprattutto per gli acquirenti dell'area mediterranea.
Un ruolo determinante continuerà a essere svolto dall'ente pubblico TMO, le cui decisioni in materia di acquisti, gestione delle scorte e commercializzazione influenzano direttamente l'andamento del mercato nazionale.

Russia e Kazakistan: il peso dei vincoli logistici

Tra le origini da monitorare figurano anche Russia e Kazakistan, che negli ultimi anni hanno assunto un ruolo più significativo nel commercio internazionale del grano duro.
Per entrambi i Paesi le stime indicano una riduzione della produzione nella campagna 2026/27, legata alla contrazione delle superfici e delle rese.
La loro capacità di esportazione continua inoltre a essere condizionata da importanti vincoli logistici.
Il Kazakistan, in particolare, non dispone di accesso diretto al mare e dipende da infrastrutture e corridoi di trasporto che attraversano altri Paesi, soprattutto la Russia.
Le difficoltà dei collegamenti e delle rotte del Mar Nero rappresentano quindi un fattore di limitazione alla commercializzazione del prodotto.
Questi elementi contribuiscono a spiegare perché la disponibilità di grano in determinate aree geografiche non si traduca automaticamente in un'offerta competitiva sui principali mercati importatori.

Prezzi del grano duro vicini ai minimi pluriennali

La campagna 2025/26 è stata caratterizzata da una diffusa diminuzione delle quotazioni del grano duro sui principali mercati internazionali.
L'abbondanza delle disponibilità mondiali ha contribuito a spingere i prezzi sui livelli più bassi dal 2019.
Con l'avvio della campagna 2026/27 abbiamo osservato una parziale inversione di tendenza, con una ripresa delle quotazioni in Europa e Nord America.
I rialzi sono stati sostenuti principalmente dalle minori disponibilità in alcune aree produttrici, dalle preoccupazioni relative alla qualità del raccolto e dalle tensioni provenienti dal mercato del grano tenero.
Nonostante questi movimenti, i prezzi del grano duro rimangono ancora vicini ai minimi pluriennali raggiunti nella stagione precedente.
Un indicatore particolarmente significativo è rappresentato dal differenziale di prezzo

Soluzioni
senza confini

www.niccolai.com

NICCOLAI TRAFILE
SINCE 1843.

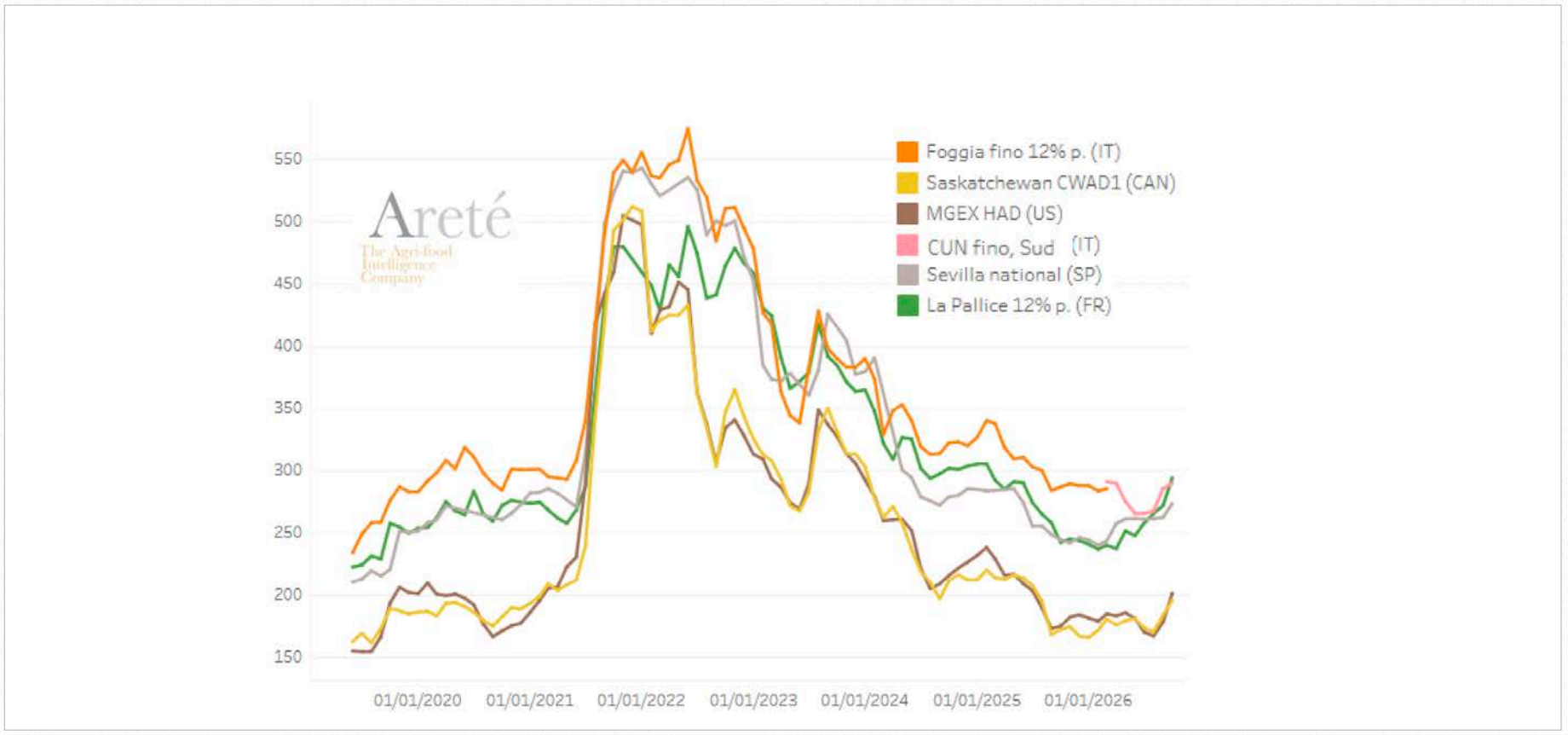


Insieme, per **dare forma** al futuro.

Dal 1843 Niccolai Trafile porta esperienza, tecnologia e innovazione ai produttori di Pasta & Snack di tutto il mondo, sviluppando soluzioni pensate per rispondere alle diverse esigenze produttive.

Trafile e Inserti, Gruppi Tagliapenne Automatici, macchine Tranciatrici, Stampi e macchine Lavatrafile: una produzione completa, capace di accompagnare ogni realtà con competenza e affidabilità, oltre ogni confine.

Grafico 4 L’ANDAMENTO DEI PREZZI INTERNAZIONALI



Evoluzione delle quotazioni del grano duro sui principali mercati internazionali. Fonte: elaborazioni Areté su dati di mercato.

tra grano duro e grano tenero ad alto contenuto proteico.

In Italia, nella prima parte della campagna 2026/27, questo differenziale si attesta a 9 euro per tonnellata, un valore inferiore dell’82% rispetto alla media degli ultimi cinque anni.

Anche in Francia il premio del grano duro risulta particolarmente contenuto, con un differenziale inferiore del 64% rispetto alla media quinquennale.

In Spagna il differenziale è sceso ai livelli più bassi dal 2018.

Una situazione ancora più particolare si è verificata in Nord America, dove dall’inizio del 2026 il grano tenero è stato scambiato a prezzi superiori rispetto al duro.

I recenti movimenti dei mercati stanno progressivamente riducendo questo squilibrio, senza tuttavia riportare il differenziale ai valori storici.

La qualità potrebbe diventare un fattore determinante per i prezzi

L’andamento delle quotazioni medie non esaurisce tuttavia il quadro delle dinamiche di prezzo.

Uno degli elementi che riteniamo più importanti per i prossimi mesi riguarda infatti la possibile evoluzione dei differenziali tra le diverse classi qualitative di grano duro.

SINERGIE TECNOLOGICHE

ACCELERATORI DI SVILUPPO



Ricerca e Sviluppo

Industria 4.0

Transizione 5.0

Efficienza energetica

Sostenibilità e Ambiente

CONSULENZA STRATEGICA IN R&S PER:

GRANDI PROGETTI CERTIFICAZIONE CREDITI D'IMPOSTA PATENT BOX

SUPPORTO COMPLETO PER INVESTIMENTI IN:

INDUSTRIA 4.0 TRANSIZIONE 5.0

AFFIANCAMENTO IN PROGETTI RELATIVI A:

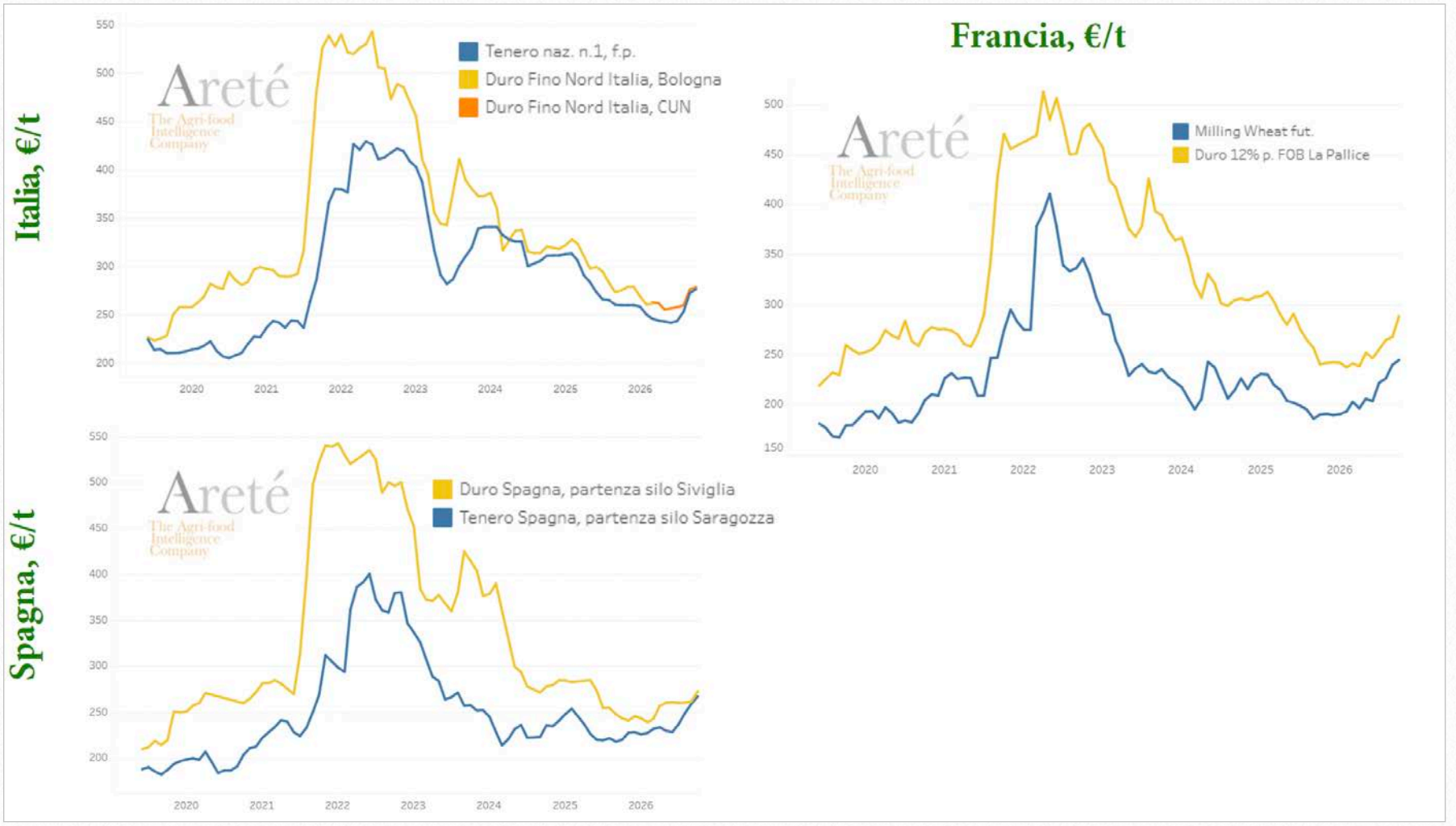
EFFICIENTAMENTO SOSTENIBILITÀ AMBIENTE

PERIZIE IN AMBITO INDUSTRIALE

SINERGIE TECNOLOGICHE S.R.L.
Per la ricerca e la sostenibilità industriale

Tel. 051 19931050
info@sinergietecnologiche.it - www.sinergietecnologiche.it

Grafico 5 IL DIFFERENZIALE TRA GRANO DURO E TENERO IN EUROPA



Fonte: elaborazioni Areté su dati di mercato.

Come abbiamo osservato, il mercato mondiale presenta disponibilità quantitative abbondanti, ma la distribuzione di queste disponibilità non è omogenea dal punto di vista qualitativo.
In particolare, le indicazioni provenienti dal raccolto canadese e da alcune aree del Mediterraneo evidenziano contenuti proteici inferiori rispetto alla campagna precedente.
Questa situazione potrebbe determinare una maggiore domanda relativa di grano duro ad alto contenuto proteico, a fronte di una disponibilità più limitata.
Ne deriverebbe un possibile ampliamento dei premi di prezzo riconosciuti alle qualità superiori.
In altre parole, un mercato globalmente abbondante potrebbe continuare a presentare tensioni specifiche per il grano duro di qualità elevata.
Per gli utilizzatori industriali, questo significa che l'evoluzione delle quotazioni medie potrebbe non riflettere completamente quella dei costi di approvvigionamento delle qualità maggiormente richieste.

CAPITANIO

TRAFILE E ACCESSORI PER PASTA E SNACK

1873 - 2023

In tutto il mondo da

150 *anni*



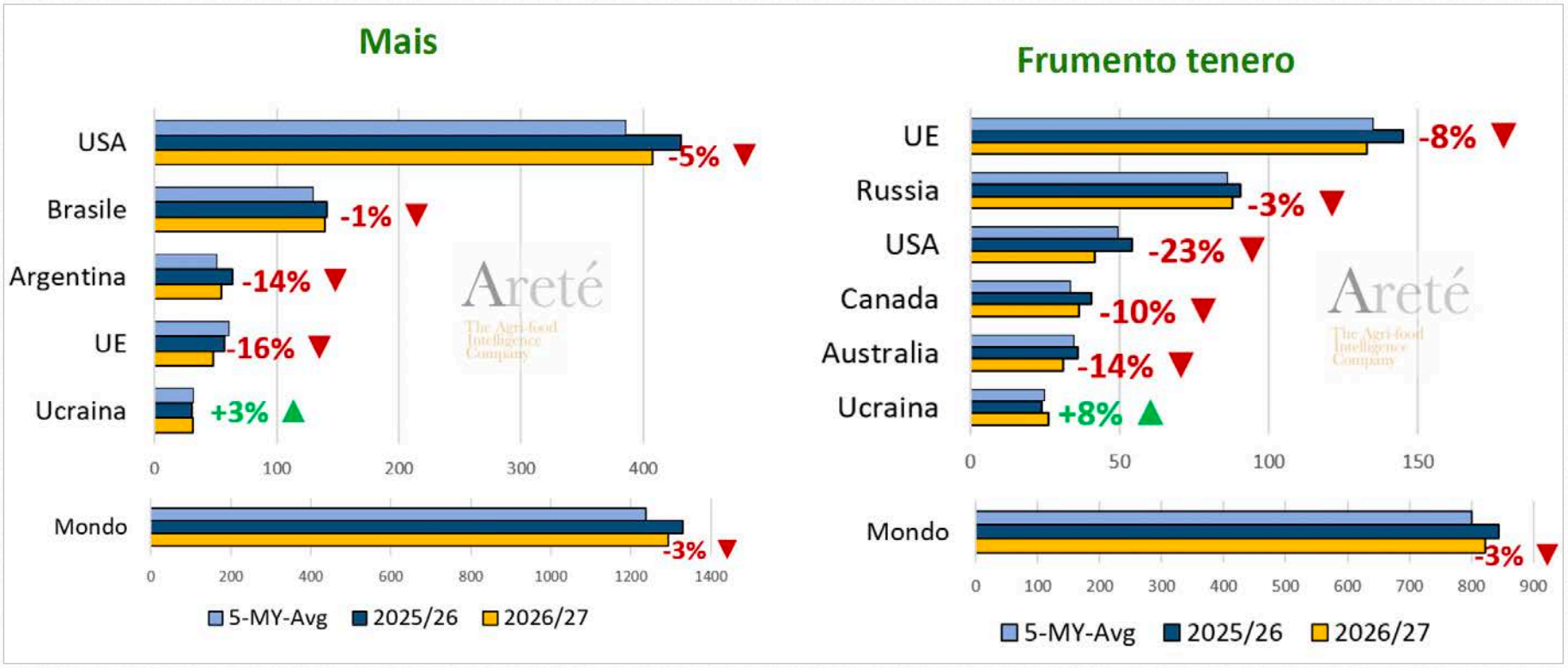
WWW.CAPITANIO.IT

CAPITANIO CAMILLO & C. S.a.s.

SEDE COMO: via Bisbino 1 | 22070 Grandate (CO) | Tel. +39 031564621 | Fax + 39 031564631 | info@capitanio.it

SEDE TORRE ANNUNZIATA: via Mortelleto 1 | 80058 Torre Annunziata (NA) | Tel. +39 0818611436 | Fax + 39 0818621405 | marco@capitanio.it

Grafico 6 **LE DIFFICOLTÀ PRODUTTIVE DI MAIS E GRANO TENERO**



Variazioni stimate dei raccolti nei principali Paesi produttori nella campagna 2026/27 rispetto alla precedente. Fonte: USDA.

Le tensioni sugli altri cereali possono sostenere il mercato del duro

Un altro elemento da considerare riguarda le interazioni tra il mercato del grano duro e quelli degli altri cereali.

Per la campagna 2026/27, sia il mais sia il grano tenero presentano una situazione di deficit a livello mondiale, a seguito delle contrazioni produttive stimate in diversi grandi Paesi esportatori.

Particolarmente critica risulta la situazione del mais europeo.

La siccità estiva ha ridotto significativamente le prospettive produttive, con un raccolto stimato sui livelli più bassi dagli anni Novanta e un conseguente fabbisogno di importazioni prossimo ai massimi storici.

Queste difficoltà si inseriscono in un contesto caratterizzato da forti limitazioni alle esportazioni cerealicole, legate anche all'intensificarsi del conflitto tra Russia e Ucraina e alle difficoltà logistiche nell'area del Mar Nero.

Nell'analisi presentata, considerando i primi mesi della campagna 2026/27, le esportazioni complessive ucraine di cereali e legumi risultano in diminuzione del 25%, mentre per le esportazioni complessive di grano russo è indicata una contrazione del 48%.

Queste percentuali si riferiscono dunque alle esportazioni totali dei due Paesi e non esclusivamente ai volumi transitati attraverso

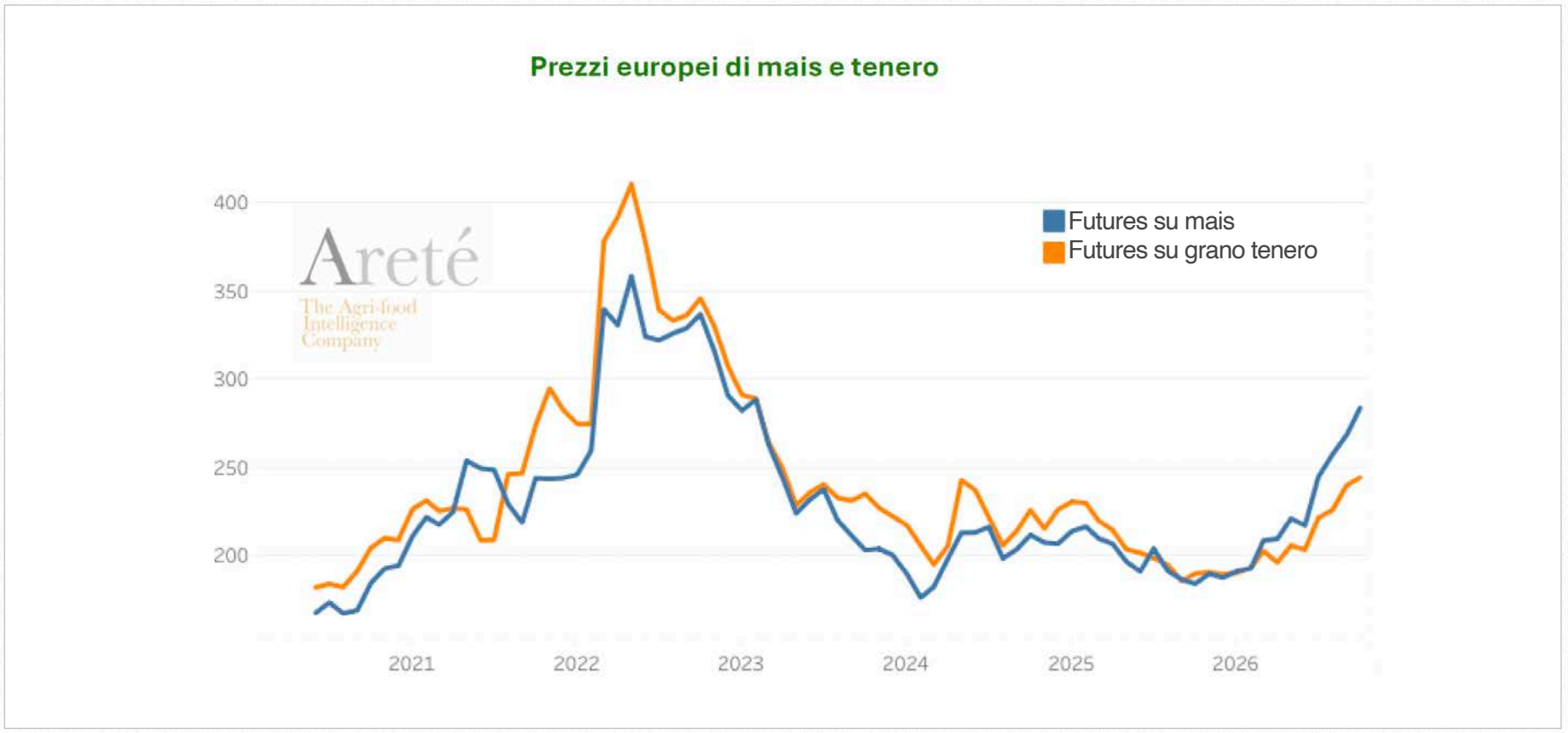


DEMACO Titan Series

Easy Control

DEMACO's proprietary **ControlX** extruder management system is sophisticated in its simplicity. It's extremely easy to use with two button start up delivering unprecedented levels of user control and engineering information.

Grafico 7 **LA RIPRESA DELLE QUOTAZIONI EUROPEE DEGLI ALTRI CEREALI**



Andamento dei futures Euronext su mais e grano tenero.

il Mar Nero. Considerando soltanto questi ultimi, la contrazione risulterebbe più marcata.
Le rotte alternative, attraverso il Danubio, i confini terrestri dell'Unione Europea e altri corridoi logistici, non sono in grado di sostituire integralmente i volumi normalmente movimentati dai porti del Mar Nero.
La combinazione di minori disponibilità produttive, maggiori esigenze di importazione e difficoltà logistiche ha sostenuto le quotazioni europee del mais, con effetti che si sono progressivamente trasmessi al mercato del grano tenero.
Quest'ultimo beneficia inoltre della maggiore domanda di esportazione, in un contesto nel quale le difficoltà logistiche limitano l'offerta russa.
Per il grano duro, queste dinamiche rappresentano un potenziale fattore di sostegno alle quotazioni, anche in presenza di fondamentali specifici relativamente abbondanti.

Semine 2027: quali prospettive per le superfici coltivate?

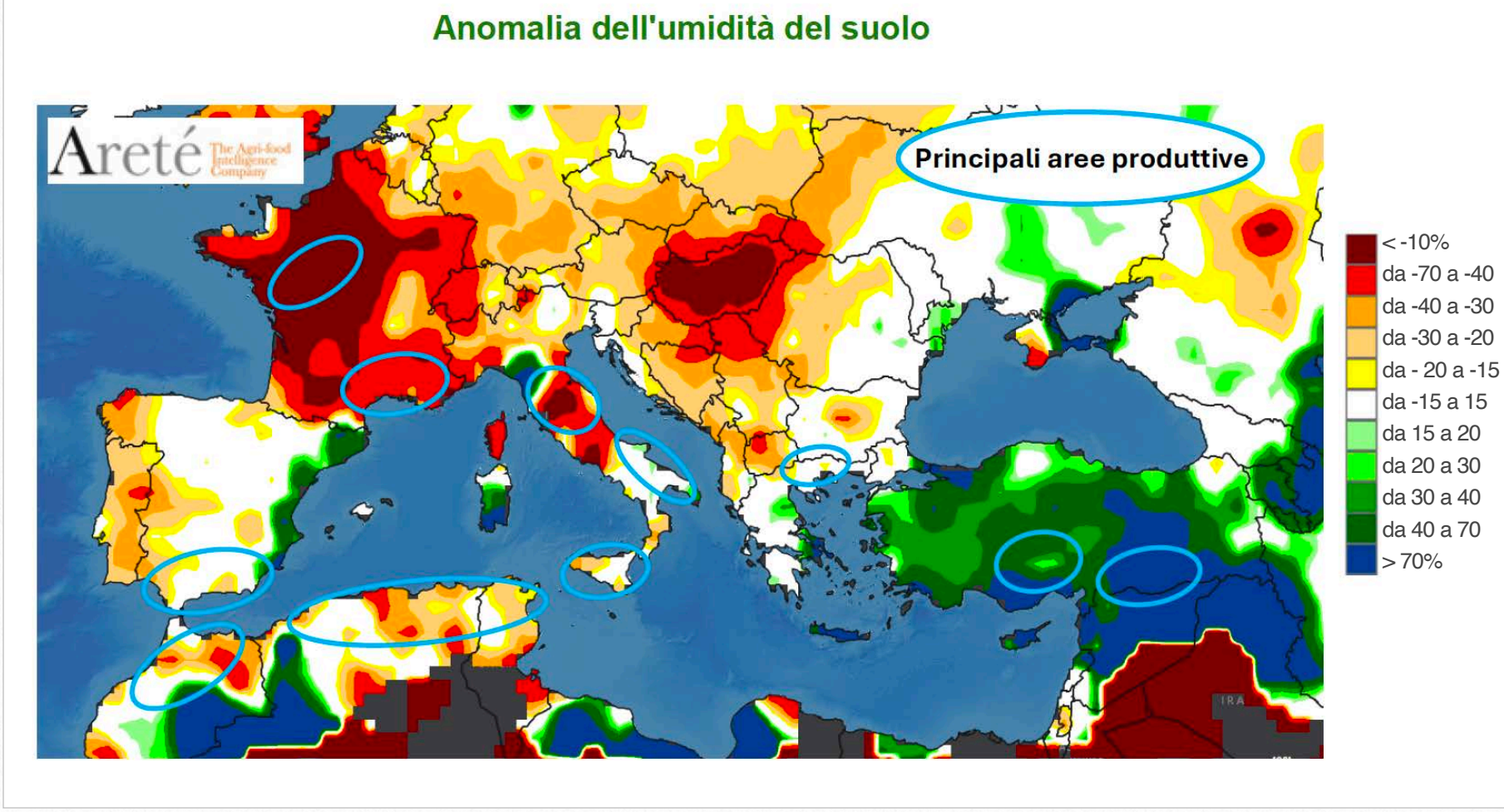
Guardando alla prossima campagna, uno dei principali elementi di incertezza riguarda le decisioni di semina.
Nell'area mediterranea le semine autunno-invernali sono condizionate dalle condizioni di umidità dei terreni, risultate problematiche in alcune importanti regioni produttrici.
In particolare, la scarsità di precipitazioni osservata in Francia e, localmente, in Italia e



INDUSTRIA MOLITORIA MININNI SRL
ALTAMURA (BA) - ITALY
Tel. +39 080 3103625
www.molinomininni.com

1877
mininni
Industria Molitoria

Grafico 8 LE CONDIZIONI PER LE SEMINE 2027 NEL MEDITERRANEO



Anomalie dell'umidità del suolo e principali aree produttrici di grano duro. Fonte: GADAS.

Spagna può ritardare le operazioni e aumentare i rischi per il prossimo raccolto.
A queste difficoltà meteorologiche si aggiunge un fattore economico.
Gli attuali differenziali di prezzo tra grano duro e altre colture potrebbero infatti ridurre l'incentivo degli agricoltori a destinare superfici alla produzione di duro.
In presenza di prospettive di redditività più favorevoli per altri cereali o per le leguminose, non possiamo escludere ulteriori riduzioni delle superfici coltivate.
La situazione appare relativamente più favorevole in Turchia, dove le condizioni di umidità del suolo sostengono le prospettive delle semine.

In Nord Africa sono previste precipitazioni vicine alla media durante il principale periodo di semina, ma rimane il rischio di un inverno più secco del normale.
L'evoluzione delle condizioni meteorologiche sarà quindi determinante per valutare le prospettive produttive della campagna 2027/28.
In Canada, dove le semine avverranno nella primavera del 2027, le decisioni degli agricoltori saranno influenzate anche dagli andamenti di prezzo delle diverse colture nei prossimi mesi.
Secondo le previsioni di Agriculture and Agri-Food Canada, il premio del grano duro rispetto al tenero dovrebbe rimanere

mediamente negativo nella campagna 2026/27.
Inoltre, i prezzi del duro dovrebbero aumentare meno di quelli delle leguminose, limitando gli incentivi a un'espansione delle superfici.
Le aspettative sui prezzi e sulla redditività relativa delle colture rappresentano quindi un elemento fondamentale da monitorare.
È importante considerare che questi fattori possono generare un meccanismo di retroazione: i prezzi relativamente bassi del grano duro possono scoraggiare le semine, mentre le aspettative di una futura riduzione delle superfici e della produzione possono contribuire a sostenere le quotazioni.

Le prospettive: abbondanza quantitativa e rischi di volatilità

Le nostre analisi delineano per la campagna 2026/27 un mercato mondiale del grano duro caratterizzato da disponibilità complessivamente abbondanti.
La produzione supera i consumi per il terzo anno consecutivo e le scorte globali sono stimate sui livelli più elevati da oltre quindici anni.
Questi fondamentali rappresentano un

OTTIENI IL MASSIMO DAL NETWORK DI PASTARIA.

✓ Leggi il **Magazine digitale**
Esce tutti i mesi dispari. Scaricalo da pastaria.it o leggilo con l'App

✓ Leggi la **Rivista cartacea**
Per ricevere i prossimi numeri registrati su pastaria.it e attiva un abbonamento gratuito. Esce tutti i mesi pari

✓ Leggi gli articoli pubblicati su **Pastaria.it**
Collegati quotidianamente per scoprire le novità del settore

✓ Segui e condividi l'attività sui nostri **canali social**
LinkedIn: https://www.linkedin.com/showcase/pastaria-magazine
Facebook: https://www.facebook.com/PastariaMagazine/
Twitter: https://twitter.com/rivistapastaria

✓ Partecipa al **Pastaria Festival**

✓ Visita **Fiera Pastaria**

✓ Installa l'**App gratuita**
Per smartphone e tablet, iOS e Android, disponibile sugli store digitali

E inoltre:
✓ Trova e richiedi offerte per macchine, ingredienti e servizi su **pastariahub.com**

ITALGI

MASTERING PASTA SOLUTIONS



SOLUZIONI DINAMICHE. INGEGNERIA D'ECCELLENZA.

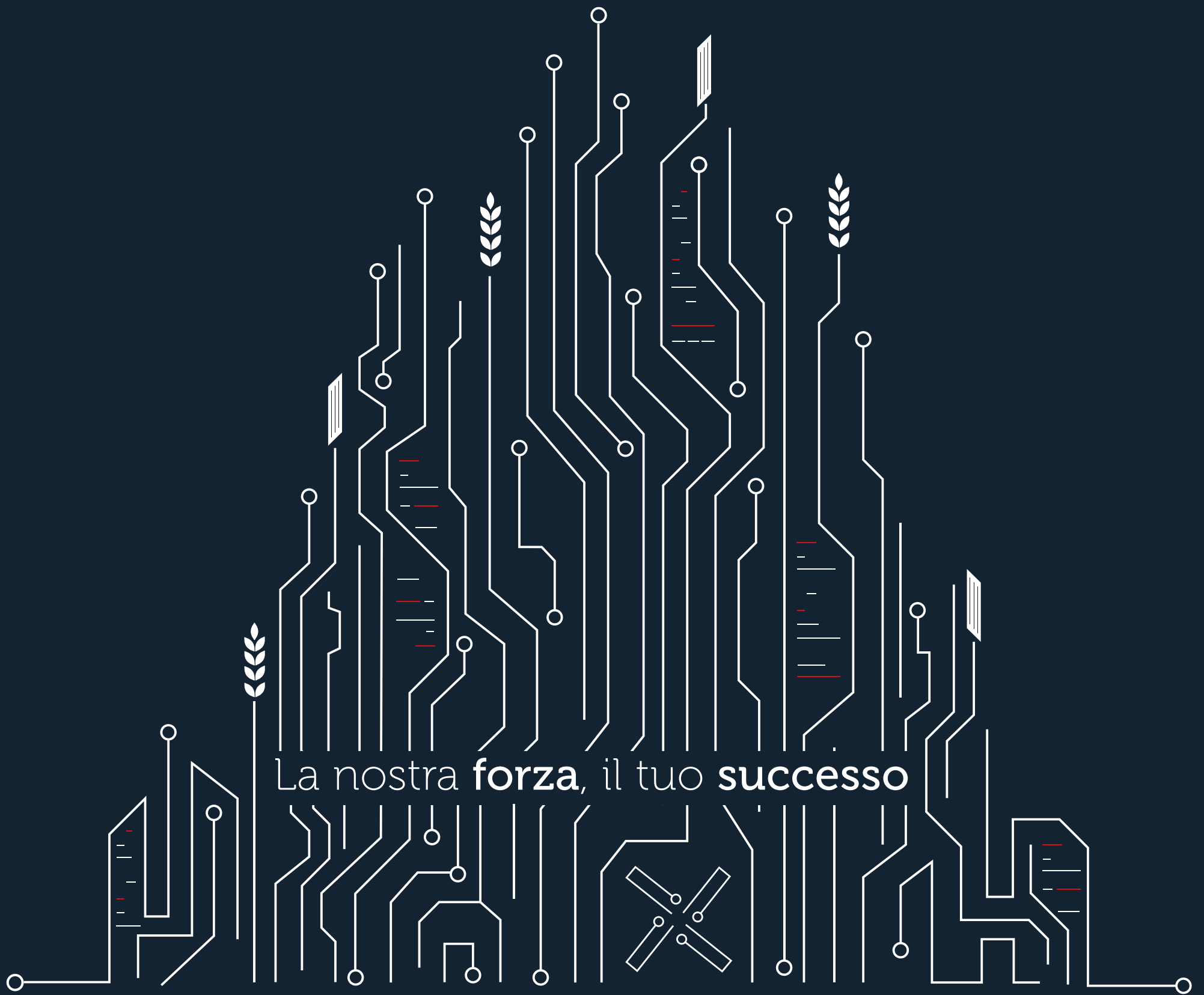
Perché scegliere
tra automazione
e qualità?

Ti aspettiamo per
un test personalizzato.
Contattaci.

www.italgi.it italgi@italgi.it 0185 35 0206

importante fattore di contenimento delle quotazioni e possono contribuire ad attenuare la volatilità.
Tuttavia, abbiamo individuato diversi elementi che potrebbero sostenere i prezzi nei prossimi mesi.
Il primo riguarda la qualità del prodotto disponibile.
Le indicazioni provenienti dal Nord America e dall'area mediterranea evidenziano contenuti proteici inferiori rispetto alla campagna precedente, con una disponibilità relativamente più limitata delle qualità superiori.
Questa situazione potrebbe determinare un aumento dei differenziali di prezzo tra le diverse classi qualitative di grano duro, favorendo in particolare il prodotto ad alto contenuto proteico.
Il secondo elemento riguarda le prospettive delle semine.
Gli attuali livelli di prezzo e i differenziali rispetto alle colture alternative potrebbero scoraggiare la produzione di grano duro, soprattutto nelle aree dove la competizione con altri cereali e leguminose è più significativa.
Una contrazione delle superfici potrebbe tradursi in una minore produzione nella campagna successiva, contribuendo a sostenere le quotazioni.
Un terzo elemento è rappresentato dalle tensioni sugli altri mercati cerealicoli.
Le difficoltà produttive del mais e del grano tenero, insieme ai vincoli logistici e alle tensioni geopolitiche, potrebbero continuare a esercitare un'influenza indiretta sul mercato del duro.
Infine, occorrerà monitorare l'evoluzione del contesto macroeconomico, con particolare riferimento ai tassi di cambio, ai costi energetici e ai trasporti marittimi.
In conclusione, riteniamo che l'abbondanza delle disponibilità mondiali continuerà a rappresentare un elemento importante per l'equilibrio del mercato del grano duro.
Allo stesso tempo, la distribuzione delle diverse classi qualitative e le prospettive produttive della prossima campagna potrebbero assumere un ruolo crescente nella formazione dei prezzi.
Per gli operatori della filiera, sarà quindi importante monitorare non soltanto l'evoluzione dei bilanci mondiali, ma anche le caratteristiche qualitative dei raccolti, le decisioni di semina nelle principali aree produttrici e l'andamento dei mercati cerealicoli collegati.
Il quadro che emerge è quello di un mercato ben rifornito dal punto di vista quantitativo, ma ancora esposto a fattori capaci di generare volatilità e differenziazioni significative tra le diverse qualità di grano duro.

RAM®
ELETTRONICA



Solution Partner
Automation Drives
SIEMENS

Danfoss
Danfoss Drives
DrivePro®
Premium Partner

RAM®
ELETTRONICA

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

ASSOCIATO
CONFINDUSTRIA
Bari e Barletta-Andria-Trani

ISO 14001
CERTIFIED

Via Ospedaletto km 1,700C.P. 325 76123, Andria (BT) | Italy
Tel. +39 0883 553719/20 | information@ramelettronica.it | ramelettronica.it

2

Trattamento con alte pressioni idrostatiche (HPP) di pasta fresca

Fabio Licciardello
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia



L'*High Pressure Processing* (HPP) è una *mild technology* che consiste nel sottoporre i prodotti alimentari a elevate pressioni idrostatiche (300-600 MPa) per pochi minuti. Il trattamento avviene dopo il confezionamento, riducendo il rischio di ricontaminazioni e garantendo maggiore sicurezza alimentare. Applicata alla pasta fresca, l'HPP consentirebbe di estendere la shelf life grazie all'inattivazione dei microrganismi alteranti, senza ricorrere all'impiego del calore. Il contributo illustra gli aspetti salienti della tecnologia, i vantaggi e le prospettive in relazione all'applicazione industriale su pasta fresca.

L’High Pressure Processing (HPP), noto anche come *High Hydrostatic Pressure* (HHP) processing o “pascalizzazione”, rappresenta una delle più promettenti tecniche di stabilizzazione a freddo nel panorama alimentare contemporaneo. Questa *mild technology* consiste nel sottoporre i prodotti, già confezionati nel loro packaging finale, a pressioni idrostatiche elevate, generalmente comprese tra 300 e 600 megapascal (MPa) (corrispondenti a 3000-6000 bar), per un tempo variabile da pochi secondi a pochi minuti. Lo sviluppo di questa tecnologia negli ultimi decenni è stato guidato dalla crescente domanda di prodotti “*fresh-like*”, ovvero con caratteristiche sensoriali e nutrizionali simili al prodotto fresco, minimamente elaborati e privi di additivi e conservanti (*clean-label*). L’HPP è in grado di inattivare i microrganismi alteranti e patogeni senza ricorrere al calore, preservando così le vitamine, il colore e le caratteristiche sensoriali originarie.
L’efficacia del trattamento HPP si fonda su due pilastri della fisica: il principio isostatico di Pascal e il principio di Le Chatelier. Secondo il principio di Pascal, la pressione applicata a un fluido confinato viene trasmessa in modo istantaneo e uniforme in ogni punto del contenitore, indipendentemente dalla sua forma o dimensione (Figura 1). Ciò garantisce una stabilizzazione omogenea del prodotto, a differenza del calore che si trasmette secondo un gradiente termico con possibili disomogeneità nel riscaldamento.
Il processo HPP è di tipo discontinuo (Figura 2) e prevede il caricamento dei prodotti confezionati nella camera di compressione; la pressurizzazione (*come-up*), fase in cui la camera viene riempita con acqua (solitamente, refrigerata) e pressurizzata tramite intensificatori; il mantenimento alla pressione target per il tempo prestabilito (pochi minuti); infine, il rilascio della pressione e lo scarico del prodotto.
Nonostante gli elevati costi di investimento iniziale per gli impianti, la tecnologia è resa accessibile anche ai piccoli produttori attraverso il modello della lavorazione in conto terzi.
La pasta fresca è un alimento intrinsecamente deperibile a causa dell’elevato tenore di umidità (minimo 24% per legge) e di un’attività

SARP
TECNOLOGIE

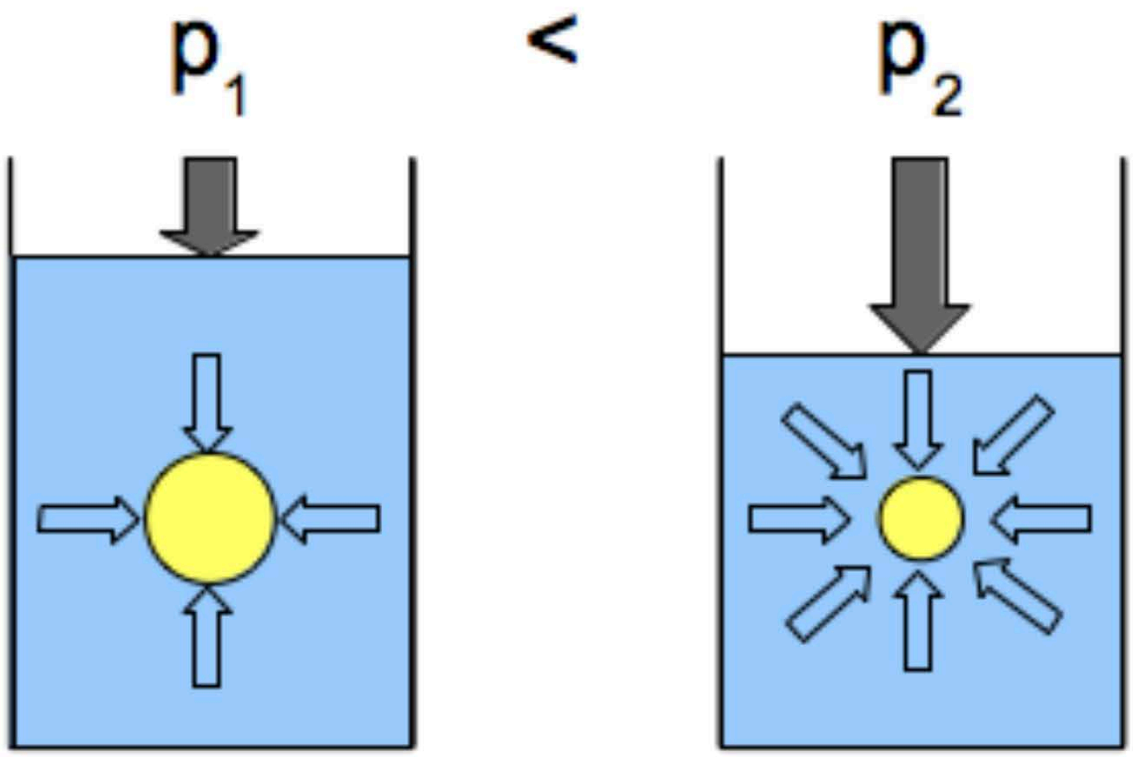
FROM ONE TO FORTY: THE POWER OF INNOVATION

Con oltre 40 anni di esperienza nella produzione di pasta e nei processi termici, sviluppiamo soluzioni avanzate per la post-pastorizzazione, il raffreddamento e la surgelazione, garantendo qualità superiore e prestazioni elevate.

40
1986-2026
EMPOWERING
INNOVATION

Scopri l’innovazione

Figura 1 **DISTRIBUZIONE UNIFORME DELLA PRESSIONE IN UN FLUIDO CONFINATO, SECONDO IL PRINCIPIO DI PASCAL**



dell'acqua (a_w) compresa tra 0,92 e 0,97. Queste condizioni, unite a una composizione ricca di nutrienti, favoriscono la proliferazione di diversi microrganismi. Il principale problema è rappresentato da *Staphylococcus aureus*, le cui tossine sono termostabili e non possono essere eliminate una volta prodotte (Zardetto e Basaglia, 2018). Altre minacce significative includono le spore di *Bacillus*, spesso veicolate da ripieni a base di latticini, e le muffe, principale causa di alterazione visiva.
Tradizionalmente, la stabilizzazione si ottiene tramite la teoria degli ostacoli (Leistner e Gorris, 1995), combinando pastorizzazione termica, confezionamento in atmosfera modificata (MAP) e refrigerazione, garantendo una shelf life di circa 40-60 giorni. Tuttavia, il trattamento termico può causare danni nutrizionali e sensoriali, oltre a presentare un impatto ambientale non trascurabile.
L'applicazione dell'HPP alla pasta fresca apre prospettive industriali di grande rilievo. Trattando il prodotto dopo il confezionamento, si elimina totalmente il rischio di ricontaminazioni post-processo, garantendo una sicurezza alimentare superiore. Tuttavia, per preservare l'integrità della pasta fresca, specie se ripiena, è preferibile il confezionamento in monostrato. Come per tutti i prodotti che hanno subìto un trattamento HPP, è

la baresina

Gold 300



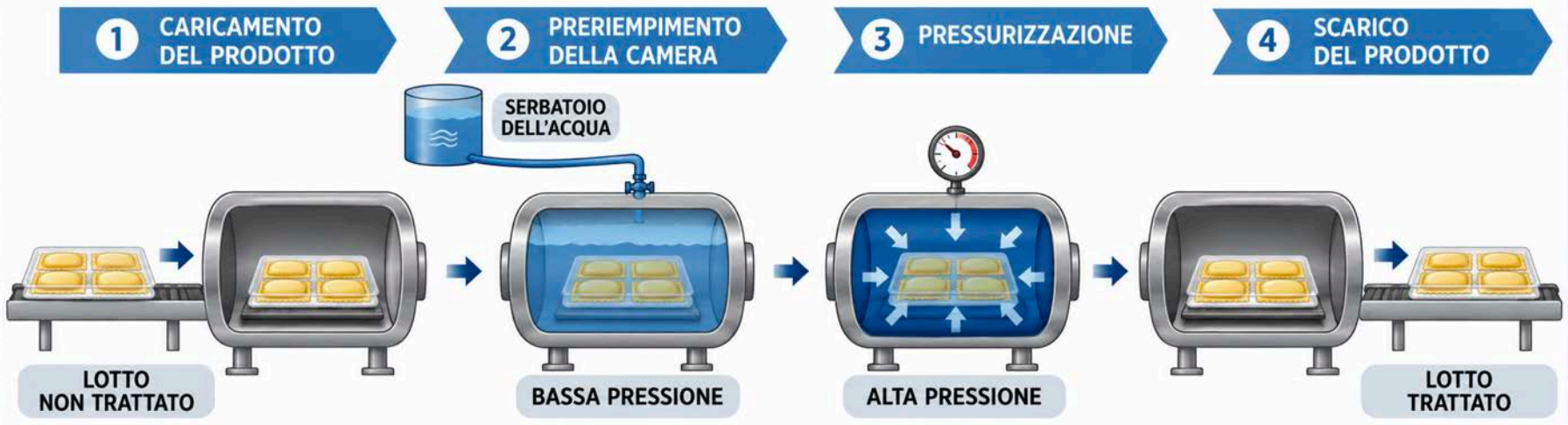
Le Paste Regionali dalla A alla...

ZINDO

Pasta Machines & Processing

zindo.it

Figura 2 **FASI DI UN TRATTAMENTO INDUSTRIALE HPP**



necessaria la frigoconservazione, poiché l'HPP da solo non è in grado di distruggere le spore batteriche. La letteratura scientifica riguardo agli effetti delle alte pressioni sulla struttura della pasta fresca è carente, specialmente per quanto riguarda gli effetti sulla pasta all'uovo, considerando il cambio di stato delle proteine che il trattamento può indurre.

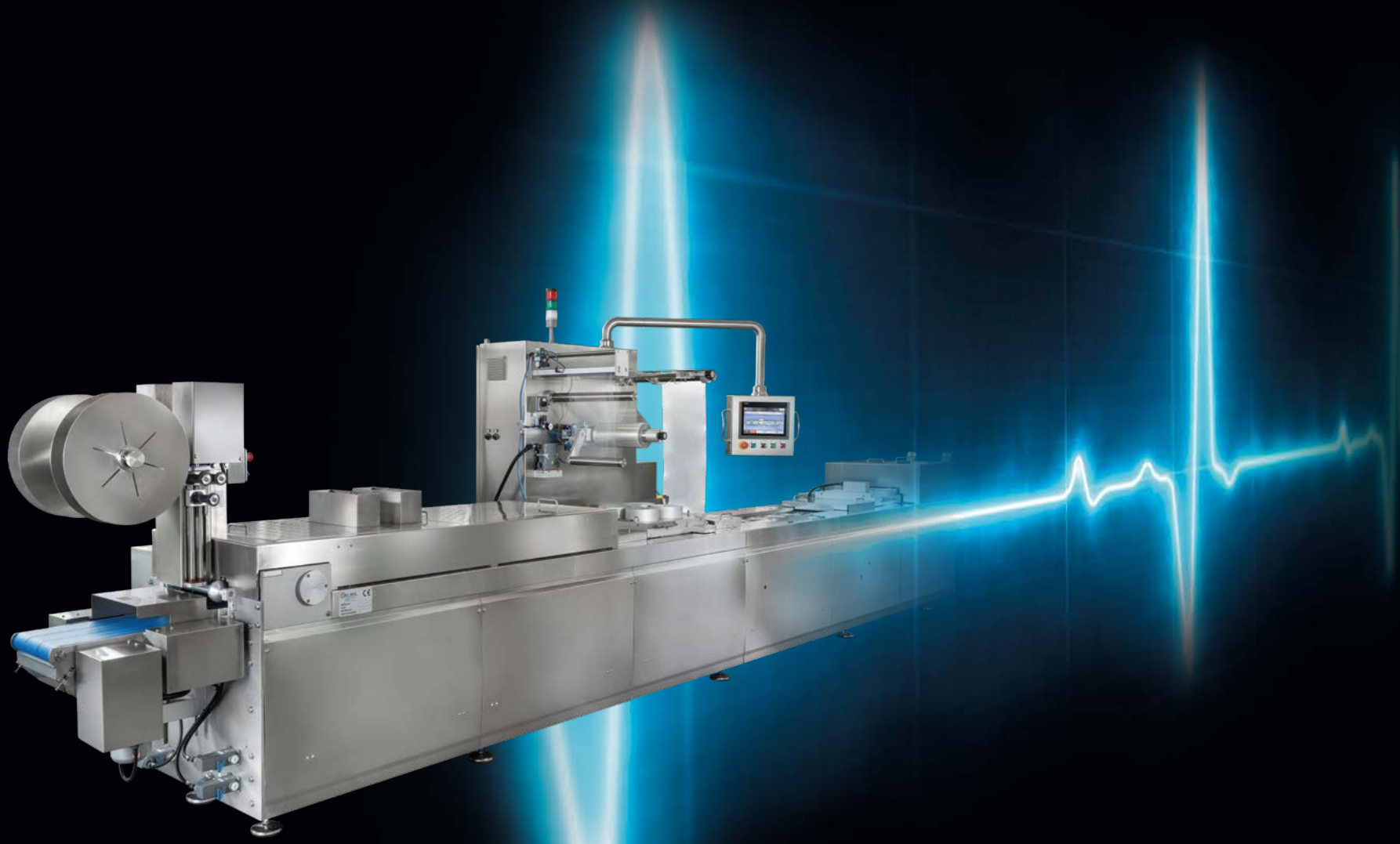
L'HPP trova già alcuni impieghi nel settore dei piatti pronti, permettendo di conciliare la sicurezza alimentare con il mantenimento dell'alta qualità artigianale, mentre le applicazioni sulla pasta fresca, come alternativa alla pastorizzazione termica, richiedono ulteriori approfondimenti scientifici. La tecnologia, comunque, ha il potenziale di offrire un vantaggio competitivo nella creazione di prodotti *clean-label* e *premium*.

Bibliografia

Leistner L., Gorris G.M. 1995. *Food preservation by hurdle technology*. Trends in Food Science & Technology 6(2), 41-46

Zardetto S., Basaglia M. 2018. *Growth of Staphylococcus aureus and enterotoxin production in fresh egg pasta*. Journal of Food Processing and Preservation, 42, 13753.

TERMOFORMATRICI AL.MA.
il cuore pulsante della tua produzione



Le termoformatrici AL.MA. non sono semplici strumenti di lavoro, ma veri e propri pilastri della produzione, capaci di resistere al tempo e alle sfide diventando parte integrante del DNA aziendale.

La loro affidabilità e la loro longevità sono la garanzia di un investimento sicuro, un valore aggiunto che si tramanda nel tempo.

AL.MA.: le termoformatrici che fanno la tua storia.

AL.MA.®
Packing and Packaging Machinery

AL.MA.®
Fresh Pasta Machinery

almapackaging.com

3

Pasta, il mercato mondiale cambia: crescono il fresco e il premium nei mercati internazionali

Matteo Bonù
NielsenIQ



Al World Pasta Day 2026 di Parma, Matteo Bonù di NielsenIQ ha presentato un’analisi delle tendenze globali dei consumi e delle prospettive della categoria pasta. Mentre la pasta secca registra una sostanziale stabilità dei volumi, la pasta fresca cresce del 2,7% e si rafforza la domanda di prodotti premium. Stati Uniti, Regno Unito e Canada offrono importanti margini di sviluppo, in un mercato sempre più influenzato da convenienza, salute e nuove abitudini di acquisto.

Il mercato mondiale della pasta attraversa una fase di trasformazione, nella quale alla sostanziale stabilità dei consumi di pasta secca si affiancano la crescita della pasta fresca, il rafforzamento dei segmenti premium e l'emergere di nuove opportunità nei mercati internazionali. A cambiare non sono soltanto le dimensioni e la distribuzione geografica della domanda, ma anche i criteri con cui i consumatori scelgono i prodotti alimentari, attribuendo crescente importanza alla convenienza, alla qualità, alla salute e alla facilità di preparazione.

È il quadro delineato da Matteo Bonù, Food Industry Leader di NielsenIQ, nel corso del World Pasta Day 2026, svoltosi a Parma il 27 e 28 ottobre, del quale Pastaria è stata Main Media Partner. La relazione, intitolata *Global trends and opportunities for Pasta category*, ha combinato i dati di vendita della categoria pasta con un'analisi delle principali tendenze che stanno modificando i comportamenti di acquisto a livello internazionale.

I dati presentati da NielsenIQ, relativi a 64 mercati monitorati e riferiti prevalentemente all'anno mobile terminante ad agosto 2026, restituiscono l'immagine di un comparto complessivamente solido, ma caratterizzato da dinamiche molto differenti tra categorie di prodotto e aree geografiche. Le rilevazioni delle vendite si riferiscono ai canali della distribuzione alimentare monitorati da NielsenIQ, comprendenti ipermercati, supermercati, liberi servizi e discount, o canali equivalenti nei diversi Paesi. Non includono quindi i consumi fuori casa né rappresentano il giro d'affari complessivo della pasta.

Pasta secca: 15,1 miliardi di euro di vendite, volumi stabili

Il mercato della pasta secca nel canale retail dei 64 mercati monitorati da NielsenIQ raggiunge un valore complessivo di 15,1 miliardi di euro, corrispondenti a 7,31 milioni di tonnellate vendute.

Rispetto all'anno precedente, il fatturato registra una crescita contenuta, pari allo 0,4%, mentre i volumi rimangono sostanzialmente invariati. Si tratta dunque di un mercato che, nel suo insieme, mostra una notevole stabilità quantitativa, pur presentando differenze significative tra le diverse regioni.



LA TUA PASTA FRESCA. TUTTA LA NOSTRA ESPERIENZA.

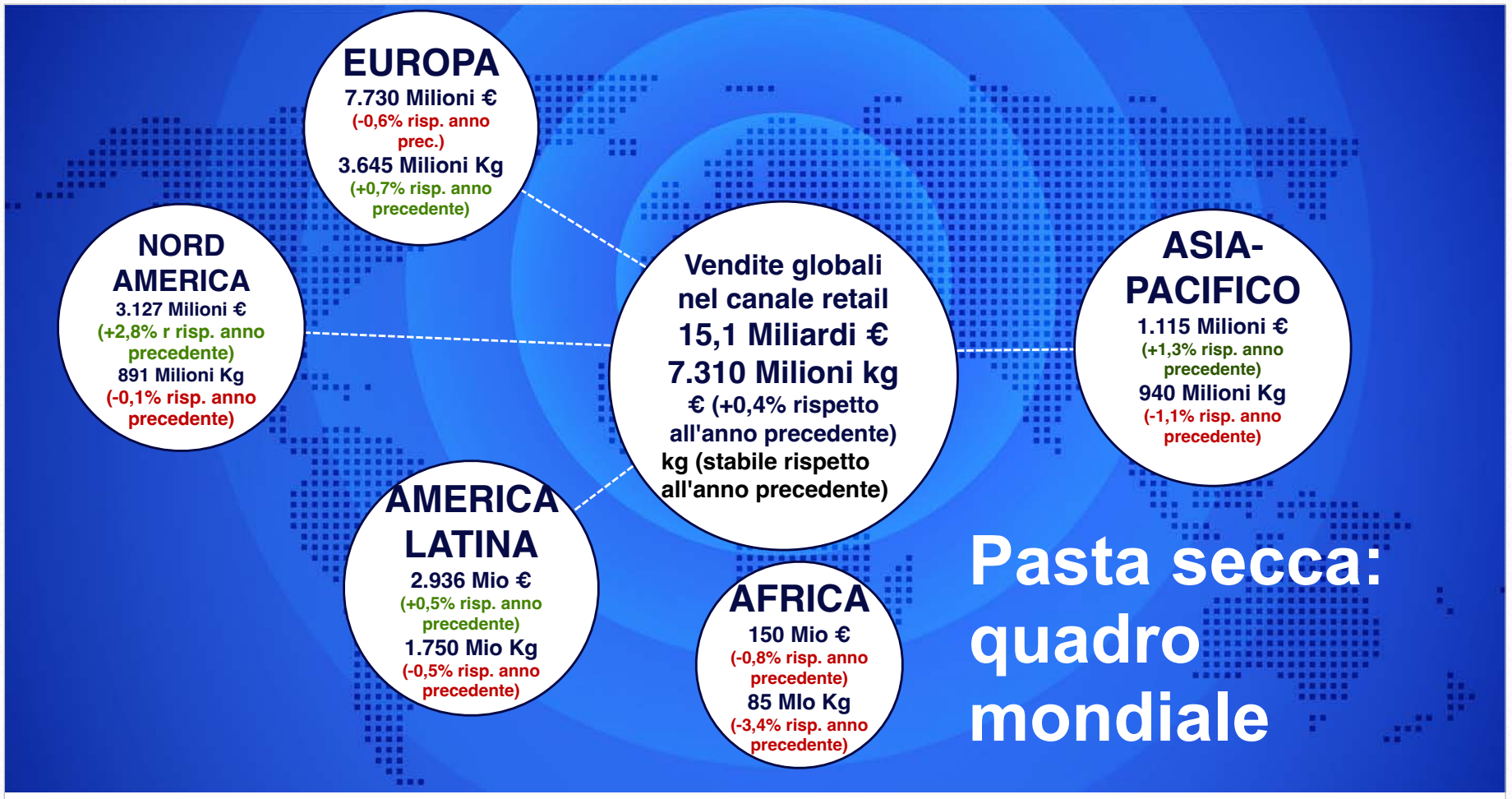
Porta competenza e flessibilità in ogni fase della produzione di pasta fresca.

GEA offre soluzioni complete e su misura che coprono l’intero processo, dalla miscelazione dell’impasto e preparazione della sfoglia fino alla formatura e al trattamento termico.

Scopri come la nostra esperienza e tecnologia possono supportare le tue esigenze produttive

Scopri le nostre soluzioni

GEA
Engineering for a better world.



L'Europa rappresenta il principale mercato della pasta secca, con vendite per 7,73 miliardi di euro e 3,645 milioni di tonnellate. Il valore registra una flessione dello 0,6%, mentre i volumi crescono dello 0,7%. La combinazione dei due indicatori evidenzia una dinamica nella quale l'aumento delle quantità acquistate non si traduce in una corrispondente crescita del fatturato.

In Nord America, al contrario, le vendite raggiungono 3,127 miliardi di euro, con un incremento del 2,8% a valore, a fronte di volumi sostanzialmente stabili (-0,1%), pari a 891 mila tonnellate.

L'America Latina rappresenta un altro importante bacino di consumo, con 2,936 miliardi di euro e 1,75 milioni di tonnellate. Il valore cresce dello 0,5%, mentre i volumi diminuiscono dello 0,5%.

Nell'area Asia-Pacifico, le vendite si attestano a 1,115 miliardi di euro (+1,3%), con volumi pari a 940 mila tonnellate (-1,1%). L'Africa, infine, presenta dimensioni più contenute, con 150 milioni di euro di vendite e 85 mila tonnellate, registrando flessioni rispettivamente dello 0,8% e del 3,4%.

Queste differenze confermano che l'evoluzione del mercato mondiale non può essere interpretata attraverso un'unica tendenza. Mentre alcune aree mostrano una maggiore tenuta dei volumi, in altre la crescita del valore delle vendite è

Macinazione Lendinara®



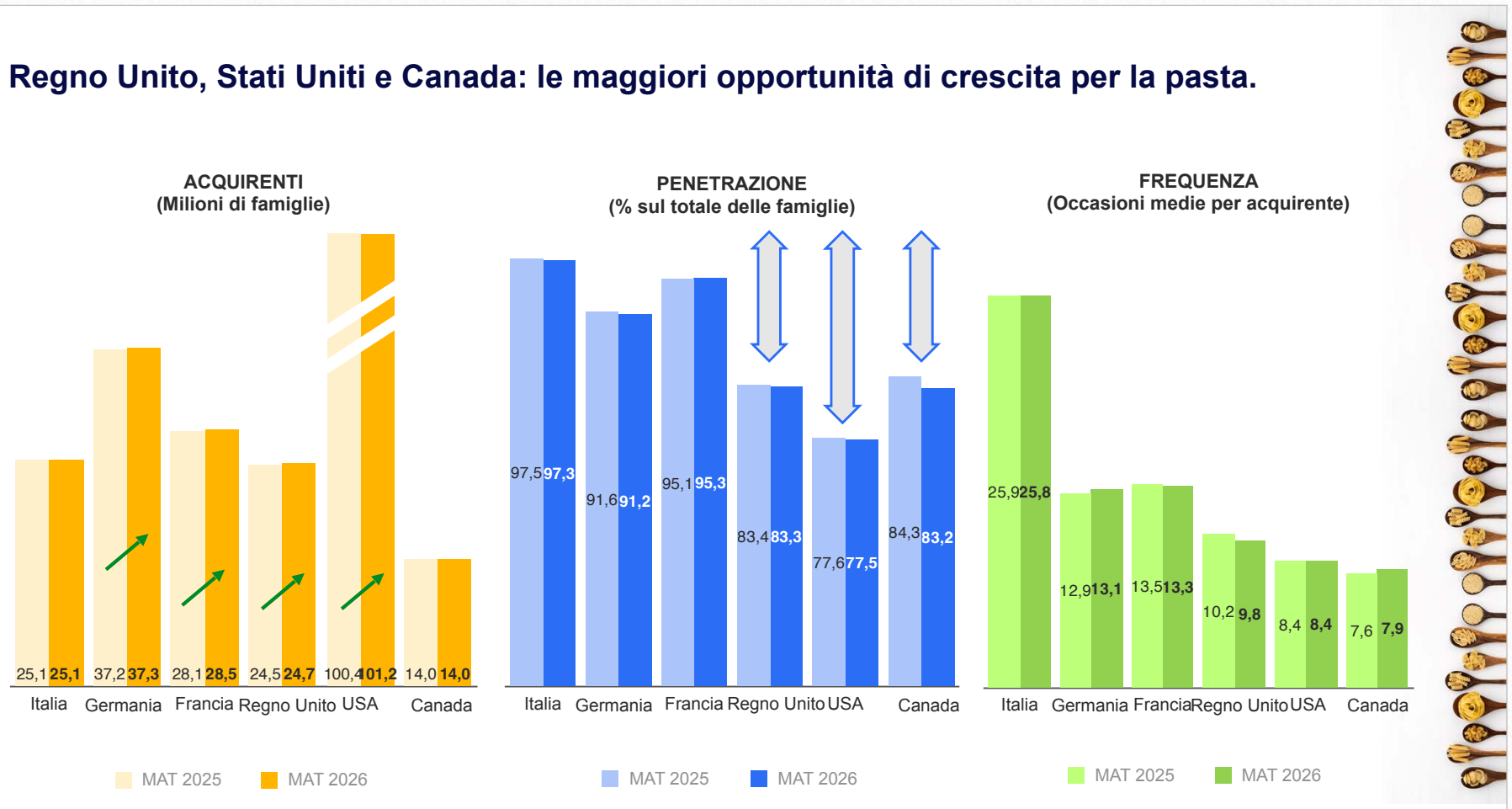
ANIMA DI PASTA

- ESTRAZIONE DA **GRANI SELEZIONATI**
- CON **BASSO CONTENUTO** DI **CENERI**
- IDONEO **CONTENUTO PROTEICO**
- DIVERSI TIPI DI **GRANULOMETRIA** PER RISPONDERE A **OGNI ESIGENZA**

CHIEDI QUI IL TUO
CAMPIONE GRATUITO
ANIMA DI PASTA

SOLO PER OPERATORI PROFESSIONALI

WWW.MACINAZIONELENDINARA.IT



accompagnata da quantità acquistate stabili o in diminuzione.

Stati Uniti, Regno Unito e Canada: dove si concentrano le opportunità di crescita

Un elemento particolarmente interessante dell'analisi NielsenIQ riguarda le differenze tra i mercati maturi della pasta e quelli nei quali esistono ancora importanti margini di sviluppo.

Nel confronto tra i principali Paesi europei e nordamericani, Italia, Germania e Francia mostrano livelli di penetrazione della categoria molto elevati. In Italia, il 97,3% delle famiglie acquista pasta, mentre in Francia la percentuale raggiunge il 95,3% e in Germania il 91,2%.

La situazione è diversa nel Regno Unito, negli Stati Uniti e in Canada, dove la penetrazione si attesta rispettivamente all'83,3%, al 77,5% e all'83,2%.

Anche la frequenza di acquisto presenta differenze rilevanti. In Italia si registrano mediamente 25,8 occasioni di acquisto all'anno per famiglia acquirente, contro 13,1 in Germania, 13,3 in Francia, 9,8 nel Regno Unito, 8,4 negli Stati Uniti e 7,9 in Canada.

Il confronto evidenzia come nei mercati nordamericani e britannico esistano opportunità di crescita legate sia all'ampliamento della base dei

CASTIGLIONI
FOOD PROCESSING SOLUTIONS

RED APPLE INTERNATIONAL

FOOD PROCESSING SOLUTIONS







LINEE COMPLETE DI TRATTAMENTO TERMICO

- Pastorizzatori
- Asciugatori
- Raffreddatori
- Cuocitori
- Essicatori

SPIRALI DI TRATTAMENTO

- Pastorizzazione
- Asciugatura
- Raffreddamento
- Sterilizzazione
- Surgelazione
- Lievitazione

MACCHINE PER PASTA FRESCA, RAVIOLI E GNOCCHI

Presse impastatrici
Macchine formatrici
Macchine sfogliatrici
Macchine niditrici
Taglierine automatiche
Macchine gnoccatrici
Confezionatrici verticali

castiglioninedo.it

consumatori sia all'aumento della frequenza di acquisto.
La dimensione del mercato statunitense rende queste opportunità particolarmente significative. Secondo NielsenIQ, negli Stati Uniti le famiglie acquirenti di pasta sono circa 101,2 milioni, in aumento rispetto ai 100,4 milioni dell'anno precedente.
La crescita del mercato americano è confermata anche dall'analisi dell'evoluzione delle vendite. Nel periodo considerato, gli Stati Uniti hanno contribuito positivamente alla variazione del fatturato globale della pasta secca per circa 73 milioni di euro, seguiti dal Canada con circa 10 milioni e dal Regno Unito con circa 9 milioni.
Di segno opposto il contributo di alcuni importanti mercati europei. L'Italia registra una contrazione delle vendite a valore di circa 69 milioni di euro, la Germania di 27 milioni e la Francia di 12 milioni.
Le ragioni di queste dinamiche sono differenti. Negli Stati Uniti, la crescita risulta sostenuta soprattutto dalle componenti di prezzo e distribuzione. Nel Regno Unito e in Canada assumono invece particolare importanza i comportamenti di acquisto delle famiglie, in termini di occasioni di acquisto e spesa.
Per i produttori di pasta, il quadro suggerisce la necessità di strategie commerciali differenziate: nei mercati caratterizzati da una penetrazione già molto elevata, la crescita dipende soprattutto dalla capacità di sviluppare valore e innovazione; nei Paesi dove la categoria è meno diffusa, esistono invece spazi per ampliare ulteriormente il consumo.

La polarizzazione dei consumi favorisce i prodotti premium

Uno dei fenomeni più rilevanti individuati da NielsenIQ riguarda la progressiva polarizzazione della domanda tra prodotti economici e prodotti premium, a scapito delle fasce intermedie.
Si tratta di una tendenza che interessa il largo consumo a livello internazionale. Secondo i dati NielsenIQ relativi a 26 mercati, nelle 52 settimane terminate il 14 giugno 2026, i prodotti di fascia mainstream hanno perso un punto percentuale di quota a valore rispetto all'anno precedente, mentre i segmenti discount e premium hanno guadagnato rispettivamente 0,3 e 0,6 punti percentuali.
La perdita di quota della fascia mainstream equivale a circa 23 miliardi di dollari di vendite nel perimetro analizzato.
Il fenomeno trova riscontro anche nel mercato della pasta, dove NielsenIQ

graphic: ellittica.it

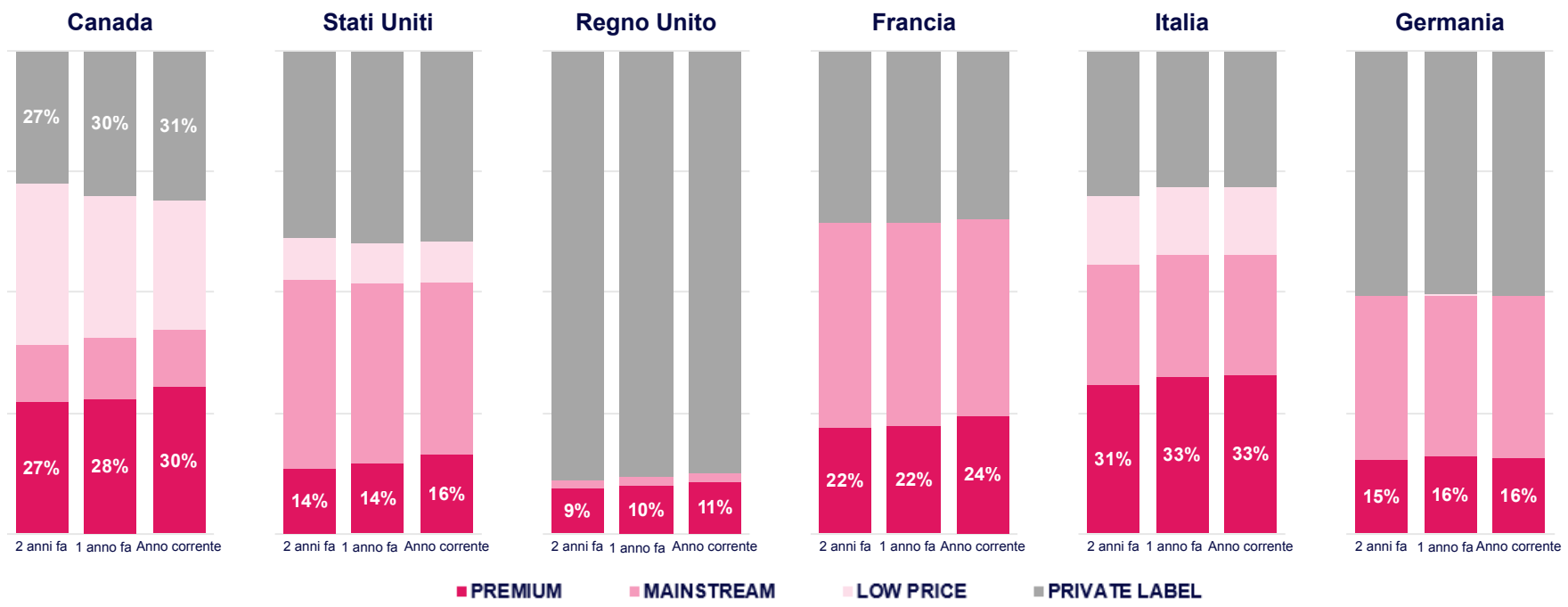
TUTTO
IL MEGLIO
DELL'INNOVAZIONE

Fava Storci Fresh Pasta System:
un sistema che unisce tecnologie versatili ed innovative per la produzione di pasta fresca.
Un approccio industriale avanzato, un Centro Ricerche all'avanguardia
ed un'assistenza dedicata, garantiscono ai pastifici la scelta migliore sul mercato.

www.favastorci.com

FAVA
pasta equipment *Storci*

Il premium cresce in tutti i mercati; la marca del distributore è stabile, tranne in Canada.



Fonte: Strategic Planner mondiale, ultimi dati mensili e settimanali disponibili ad agosto 2026

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

evidenzia una crescita della quota dei prodotti premium in tutti e sei i Paesi esaminati.

In Canada, il segmento premium passa dal 27% al 30% nell'arco dei tre periodi annuali considerati. Negli Stati Uniti cresce dal 14% al 16%, nel Regno Unito dal 9% all'11%, in Francia dal 22% al 24%, in Italia dal 31% al 33% e in Germania dal 15% al 16%.

Particolarmente interessante è il dato italiano, dove il segmento premium rappresenta ormai un terzo del mercato considerato, confermando il peso delle produzioni a maggiore valore aggiunto.

La marca del distributore, nel complesso, mantiene invece quote relativamente stabili, con l'eccezione del Canada, dove registra un aumento significativo, dal 27% al 31%.

L'evoluzione della domanda indica quindi due possibili direttrici competitive per le aziende produttrici: da una parte, rispondere alle esigenze di accessibilità economica dei consumatori maggiormente attenti al prezzo; dall'altra, sviluppare proposte differenziate, capaci di giustificare un posizionamento premium attraverso qualità, autenticità, caratteristiche del prodotto ed esperienza di consumo.

Per i produttori che operano nelle fasce intermedie, la sfida consiste soprattutto

Siamo i principali produttori
di pasta fresca e gnocchi
in Italia, in Europa e nel Mondo
E questo non è casuale.

Unisciti a Noi

Associazione Produttori Pasta Fresca



"Il Presidente"
Giovanni Rana

parsifal.agency

Tra le nostre specialità da oggi piatti pronti







I NOSTRI OBIETTIVI

- Ottimizzare il mercato italiano ed inserirsi maggiormente in quello europeo con l'incentivazione e l'adozione anche nel mondo della pasta fresca dei **"piatti pronti o da cuocere a base di pasta fresca"**.
- Per tutelare pasta fresca e gnocchi, anche da un punto di vista legislativo nel loro progressivo inserimento nei mercati europei attraverso **ECFF** (European Chilled Food Federation).

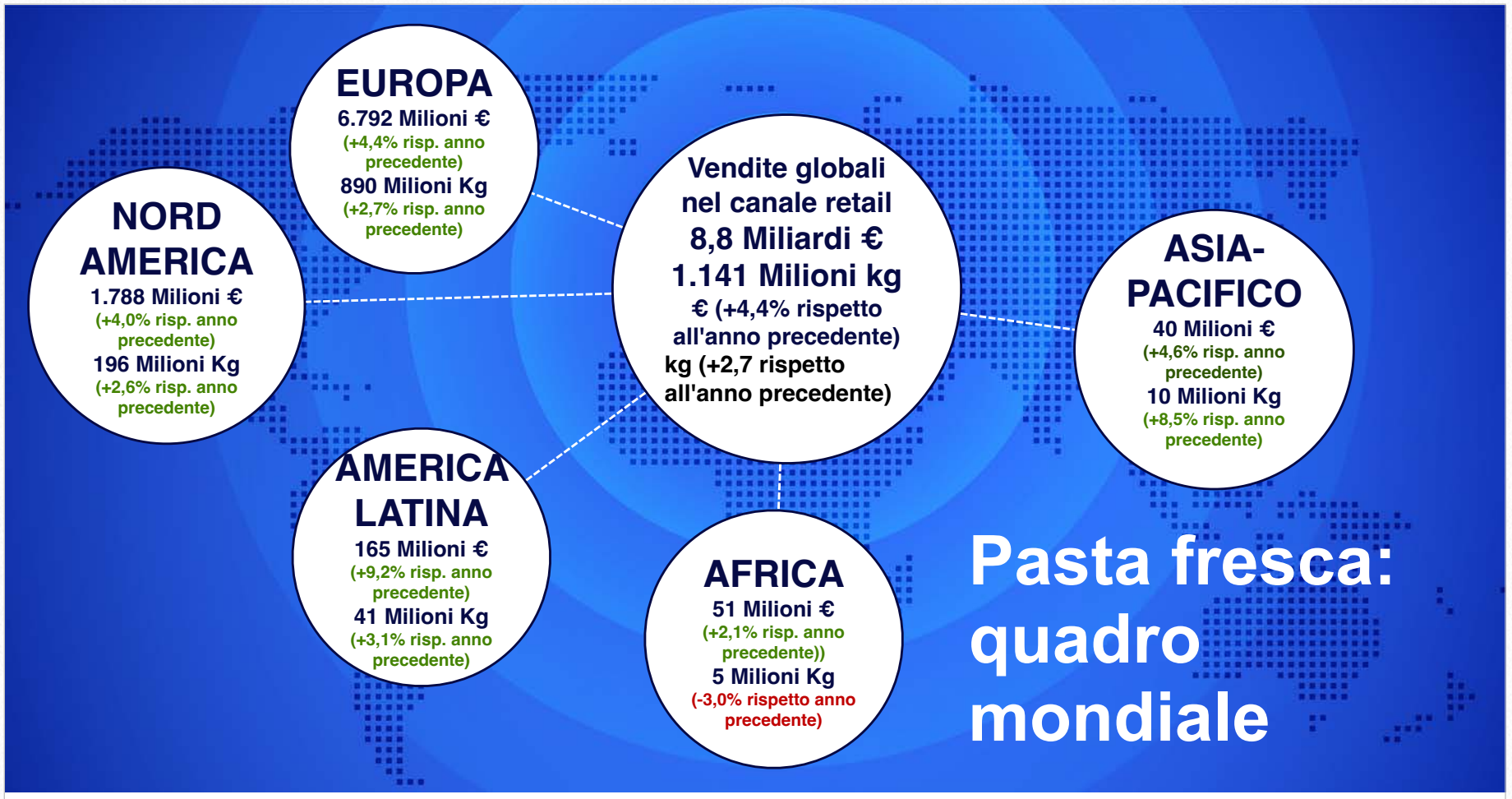
I NOSTRI SERVIZI

- **Una guida anticipata sui trend di mercato e su quelli tecnici**.
- Un appoggio sicuro su problemi legislativi generali ed aziendali dove A.P.P.F. è tradizionalmente informata.
- Una gestione associativa concorde e non burocratizzata dove il Presidente e gli Associati hanno diritto ad un voto e la segreteria è sempre vicina.

SOSTENITORI - FORNITORI

- IBERCHEM AROMAS S.R.L.
- MOLINI BONGIOVANNI S.P.A.
- MOLINI LOIZZO S.R.L.
- LE VIE DEL TARTUFO S.R.L.
- BAYERNLAND S.R.L.
- MANE ITALIA S.R.L.
- PASTA TECHONOLOGIES GROUP S.R.L.
- PAN DI VICO S.R.L.
- MANENTI GROUP S.R.L.
- VALPAN S.R.L.
- DI CURZIO S.R.L.
- IDA S.R.L.
- PARMOVO S.R.L.
- SALUMIFICIO LANZARINI S.R.L.
- NEW FLAVOURS S.R.L
- CEREAL BROKER-SARTIRANA CONSULTING S.R.L.

Padova - Italy
+39 049 8760941
info@appf.it • **www.appf.it**



nel rendere riconoscibile e convincente il valore della propria offerta.

Pasta fresca: un mercato da 8,8 miliardi di euro che continua a crescere

Se la pasta secca presenta un andamento complessivamente stabile, la pasta fresca mostra dinamiche decisamente più favorevoli.

Nei 64 mercati monitorati da NielsenIQ, il valore delle vendite retail raggiunge 8,8 miliardi di euro, con una crescita del 4,4% rispetto all’anno precedente. I volumi si attestano a 1,141 milioni di tonnellate, in aumento del 2,7%.

Si tratta di un risultato particolarmente significativo perché la crescita riguarda contemporaneamente il valore e le quantità vendute.

Anche in questo caso, l’Europa rappresenta il mercato principale, con vendite per 6,792 miliardi di euro, in crescita del 4,4%, e volumi pari a 890 mila tonnellate (+2,7%).

Il Nord America registra 1,788 miliardi di euro di vendite, con un incremento del 4%, mentre i volumi crescono del 2,6%, raggiungendo 196 mila tonnellate.

Pur partendo da dimensioni più contenute, l’America Latina evidenzia un’espansione particolarmente sostenuta: il fatturato cresce del 9,2%, arrivando a 165 milioni di

TECHNOLOGY PERFORMANCE RELIABILITY

FOODTECH S.R.L.
FOOD PROCESSING EQUIPMENT

LINEA AUTOMATICA GNOCCHI (600-2000 kg/h)
DUMPLINGS AUTOMATIC LINE



Carico elevatore
Elevator loading



Piano vibrante
Vibrating spreader

Trabatto con aspiratore
Shaker with extractor

Raffreddatore
Cooler



Entrata raffreddatore
Cooler inlet



Interno raffreddatore
Inside of the cooler



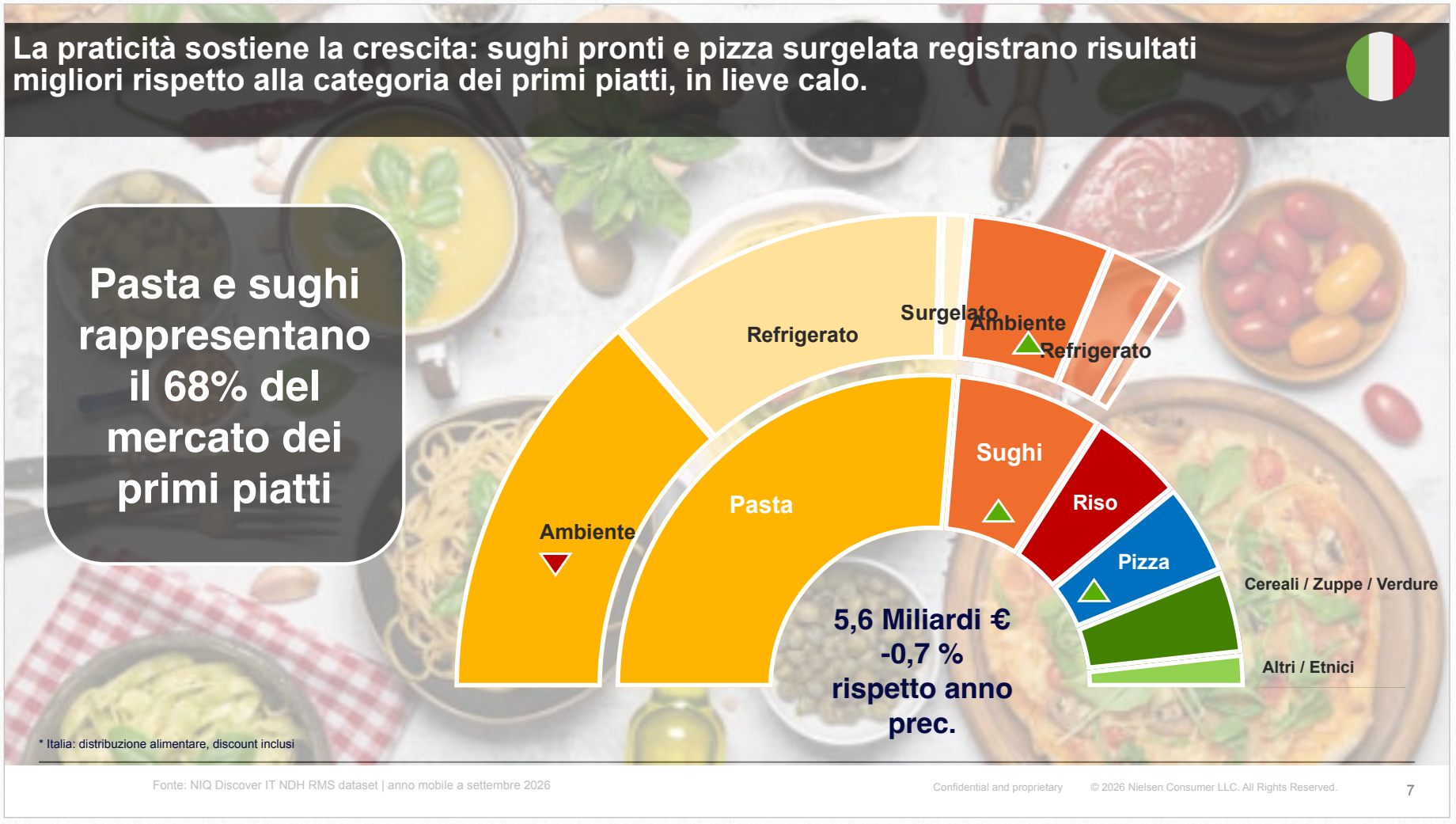


Uscita raffreddatore
Cooler outlet

FOODTECH S.R.L. FOOD PROCESSING EQUIPMENT

35012 CAMPOSAMPIERO (PD) – ITALY – via Martiri della Libertà, 6
Tel. (+39) 049 9303590 – Fax (+39) 049 5791258
e-mail: info@food-tech.it – www.food-tech.it

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE QUALITÁ CERTIFICATO DA TÜV ITALIA S.r.l. secondo la norma UNI EN ISO 9001:2015



euro, mentre i volumi aumentano del 3,1%, attestandosi a 41 mila tonnellate.
Nell’area Asia-Pacifico, le vendite raggiungono 40 milioni di euro, con una crescita del 4,6%, mentre i volumi aumentano dell’8,5%, arrivando a 10 mila tonnellate.
In Africa, infine, il mercato vale 51 milioni di euro (+2,1%), a fronte di volumi pari a 5 mila tonnellate, in diminuzione del 3%.
Il confronto con la pasta secca evidenzia dunque una maggiore vivacità della categoria fresca, che registra incrementi delle vendite in quasi tutte le aree geografiche considerate.
Questa dinamica si inserisce nel più ampio cambiamento delle abitudini alimentari, caratterizzato da una crescente attenzione alla praticità, alla qualità percepita e alla ricerca di soluzioni capaci di semplificare la preparazione dei pasti.
I dati non consentono di attribuire direttamente la crescita della pasta fresca a uno specifico fattore, ma indicano un potenziale di sviluppo che merita particolare attenzione da parte delle aziende del settore.

Italia: nei primi piatti cresce il peso della praticità

L’importanza della convenienza d’uso emerge anche dall’analisi dedicata al mercato italiano dei primi piatti.

Secondo i dati NielsenIQ relativi al canale retail alimentare, discount compresi, nell'anno mobile terminante a settembre 2026, il mercato dei primi piatti vale complessivamente 5,6 miliardi di euro, con una flessione dello 0,7% rispetto all'anno precedente.
All'interno di questo aggregato, pasta e sughi rappresentano complessivamente il 68% delle vendite a valore.
La pasta costituisce il 53% del mercato, mentre i sughi incidono per il 15%.
Seguono riso e pizza, entrambi con una quota del 10%, cereali, zuppe e vegetali con il 9%, e altre preparazioni, comprese quelle etniche, con il 3%.
La composizione della categoria evidenzia la rilevanza delle diverse modalità di conservazione e preparazione.
Nella pasta, i prodotti ambient rappresentano il 27% del mercato complessivo dei primi piatti, quelli refrigerati il 23% e i surgelati il 2%, secondo le quote arrotondate riportate nella presentazione.
L'analisi NielsenIQ segnala inoltre come i sughi pronti e la pizza surgelata mostrino performance migliori rispetto a un mercato dei primi piatti complessivamente in lieve contrazione.
È un'indicazione importante per il settore della pasta, perché conferma il ruolo crescente delle soluzioni che consentono di ridurre il tempo e l'impegno necessari alla preparazione dei pasti.
La competizione non riguarda quindi soltanto i diversi formati o le differenti tipologie di pasta, ma si estende progressivamente alle alternative che rispondono alla medesima esigenza di consumo: portare in tavola un primo piatto in modo semplice e rapido.

Prezzo, salute e qualità: come cambia il concetto di valore

La relazione NielsenIQ ha dedicato ampio spazio anche all'evoluzione dei comportamenti dei consumatori, individuando alcune tendenze destinate a influenzare il mercato alimentare nei prossimi anni.
Uno dei cambiamenti più significativi riguarda il concetto stesso di valore.
Secondo l'indagine globale *NIQ 2026 Consumer Outlook*, il prezzo rimane il principale fattore considerato più importante nella scelta dei prodotti, indicato dal 15,3% dei consumatori. Tuttavia, la salute e la naturalità degli alimenti seguono a distanza minima, con il 15,1%.
La sicurezza e l'igiene raccolgono il 13,6% delle indicazioni, mentre la fiducia in una marca conosciuta raggiunge il 12,2% e la qualità superiore l'11%.

QUALITÀ SENZA FINE.

Continuità produttiva,
il vero vantaggio competitivo.



Raviolatrice R-160 | 540

Nel mondo industriale della pasta fresca,
la qualità non si misura solo nel prodotto,
ma nella capacità di produrlo senza interruzioni.

AL.MA. progetta macchine e sistemi integrati
che riducono il downtime e garantiscono
performance costanti nel tempo.

**Non solo performance meccanica, ma supporto continuo,
manutenzione programmata e assistenza tempestiva.**

AL.MA.®
Packing and Packaging Machinery

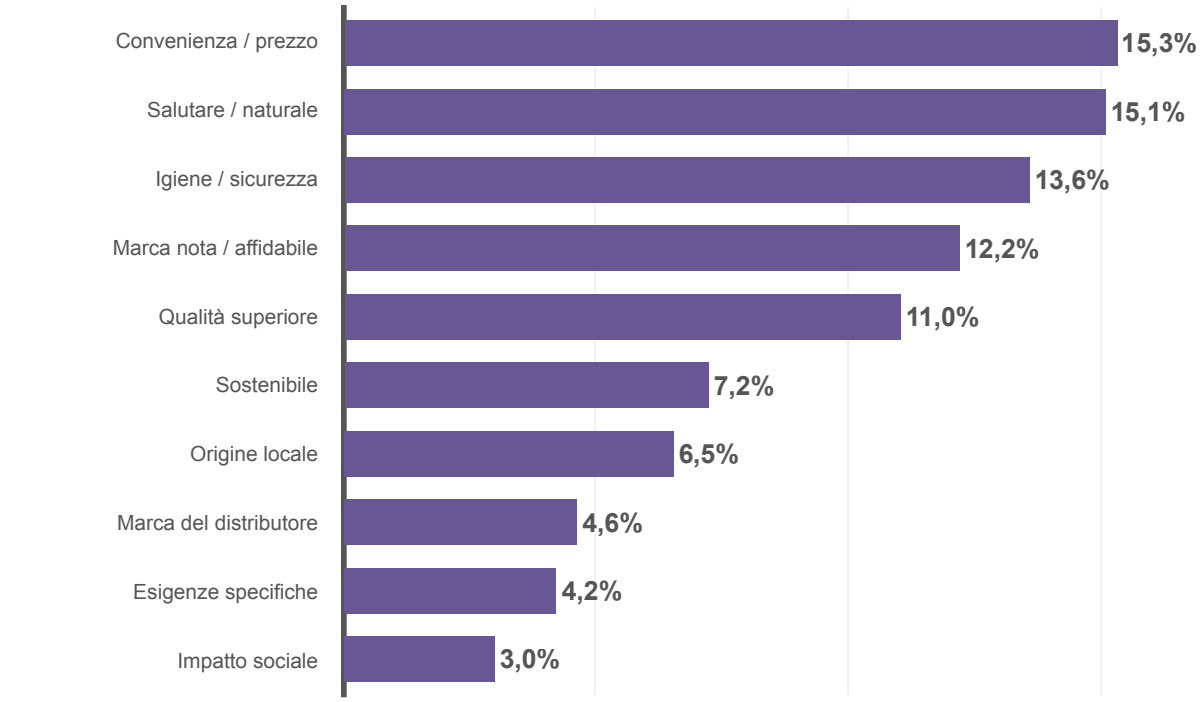
AL.MA.®
Fresh Pasta Machinery

alma-pasta-machinery.com

La salute non è più un compromesso: il benessere resta una priorità

Fattori considerati più importanti nella scelta di acquisto

Consumatori globali, % che indica ciascun fattore come il più importante



L'ascesa di un concetto di valore che privilegia la salute: secondo i consumatori, la «salute» affianca il «prezzo» in cima ai criteri di scelta d'acquisto.



Fonte: NIQ 2026 Consumer Outlook, mondiale

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Seguono la sostenibilità ambientale (7,2%) e l'origine locale (6,5%).

Il risultato più interessante è la sostanziale equivalenza tra prezzo e caratteristiche salutistiche nella gerarchia delle priorità dichiarate dai consumatori.

L'attenzione alla spesa non si traduce quindi necessariamente in una rinuncia alla qualità o al benessere. Al contrario, le scelte di acquisto tendono a combinare esigenze economiche e aspettative relative alle caratteristiche dei prodotti.

Un ulteriore elemento emerge dall'analisi delle ragioni per le quali i consumatori sono disposti a pagare di più.

Il 36% indica la possibilità di ottenere una maggiore quantità di prodotto in rapporto alla spesa sostenuta, mentre il 32% attribuisce valore ai prodotti che permettono di risparmiare tempo o semplificare la vita quotidiana. Il 26%, infine, considera importante un'esperienza di consumo migliore o più piacevole.

Quest'ultimo fattore presenta differenze generazionali significative: è indicato dal 28,7% della Generazione Z e dal 29% dei Millennials, contro il 19,4% dei Baby Boomers.

Per l'industria della pasta, queste tendenze suggeriscono opportunità di innovazione che non si limitano alle caratteristiche nutrizionali, ma comprendono anche praticità, qualità sensoriale, formati e modalità di consumo.

I.T.ALI.
Ingredienti e Tecnologie Alimentari

Semilavorati funzionali in polvere **per produttori di pasta ripiena.**

Ogni semilavorato è **customizzato** con **soluzioni personalizzate**. Grazie ai nostri prodotti si ottengono **ripieni strutturati e consistenti** che facilitano la sigillatura della pasta e riducono la migrazione dell'umidità alla sfoglia. L'utilizzo di antimicrobici naturali di nostra creazione, conferisce al prodotto una **Shelf Life più estesa**.

i ripieni risultano più **strutturati** e **consistenti**

meno umidità nella sfoglia

la **sigillatura** della pasta risulta **più semplice**

aumenta la produzione

shelf life del prodotto finito **più estesa**

più **qualità**

produzione costante

prodotto **customizzato**





Via F. Casorati 12/1 – Z.I. Mancasale - 42124 Reggio Emilia, Italy - info@italisrl.com - Tel.: +39 0522 512775

Le nuove tecnologie influenzano le decisioni di acquisto

Un altro cambiamento riguarda il modo in cui i consumatori cercano informazioni e arrivano a scegliere cosa acquistare. L'indagine NielsenIQ sugli acquisti di largo consumo mostra come le fonti tradizionali di influenza continuino ad avere un ruolo importante, ma siano progressivamente affiancate da strumenti digitali e sistemi basati sull'intelligenza artificiale.

Il 79% dei consumatori dichiara di essere influenzato, almeno qualche volta, dalle proprie preferenze abituali dopo aver effettuato ricerche sui prodotti. Le raccomandazioni di familiari e amici incidono sul 76% degli intervistati.

I motori di ricerca e i suggerimenti dei rivenditori raggiungono entrambi il 65%, mentre le raccomandazioni generate dall'intelligenza artificiale arrivano al 55%. I contenuti e i suggerimenti degli influencer si attestano al 52%.

Si tratta di percentuali riferite ai consumatori che dichiarano di essere influenzati da queste fonti con frequenza variabile, e non di quote di acquisti direttamente attribuibili ai singoli canali.

L'indagine evidenzia comunque come l'intelligenza artificiale stia assumendo un ruolo significativo nella scoperta e nella valutazione dei prodotti.

OTTIENI IL MASSIMO DAL NETWORK DI PASTARIA.

✓ Leggi il **Magazine digitale**
Esce tutti i mesi dispari. Scaricalo da pastaria.it o leggilo con l'App

✓ Leggi la **Rivista cartacea**
Per ricevere i prossimi numeri registrati su pastaria.it e attiva un abbonamento gratuito. Esce tutti i mesi pari

✓ Leggi gli articoli pubblicati su **Pastaria.it**
Collegati quotidianamente per scoprire le novità del settore

✓ Segui e condividi l'attività sui nostri **canali social**
LinkedIn: https://www.linkedin.com/showcase/pastaria-magazine
Facebook: https://www.facebook.com/PastariaMagazine/
Twitter: https://twitter.com/rivistapastaria

✓ Partecipa al **Pastaria Festival**

✓ Visita **Fiera Pastaria**

✓ Installa l'**App gratuita**
Per smartphone e tablet, iOS e Android, disponibile sugli store digitali

E inoltre:
✓ Trova e richiedi offerte per macchine, ingredienti e servizi su **pastariahub.com**

FROM THE LAND OF WHEAT · SINCE · 1860

PASTA ARGENTINA

La mejor Pasta de Sudamérica

VIENE DE
NUESTRO TRIGO

SALE DE
NUESTRO CORAZÓN



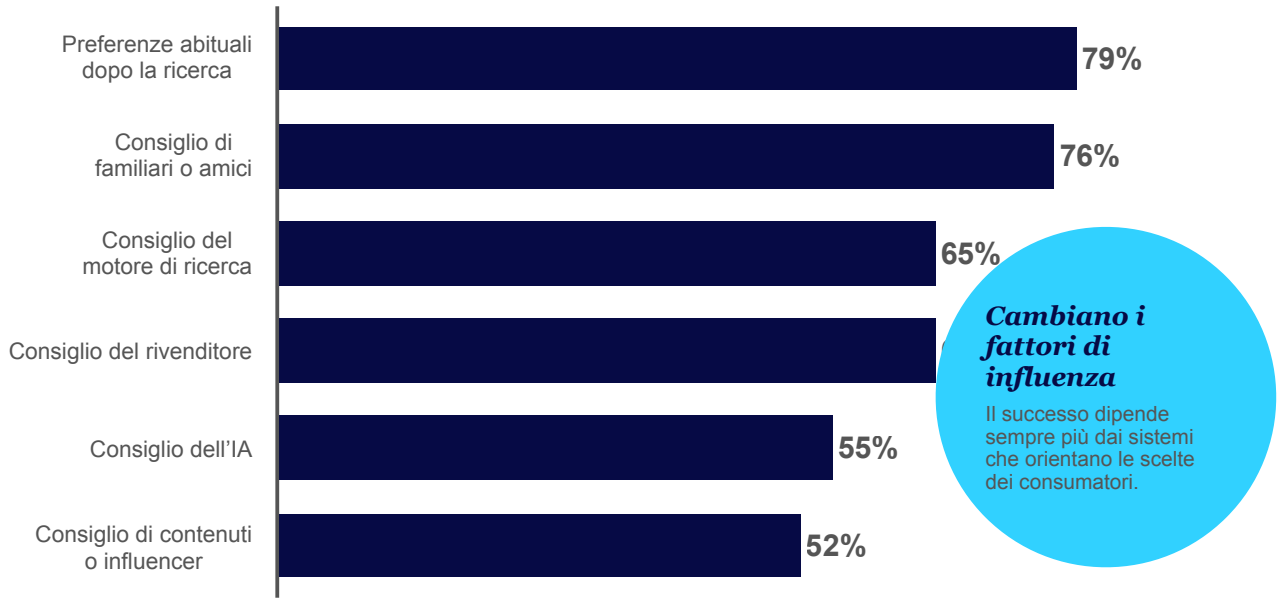
La nuova architettura delle scelte e delle influenze di acquisto



Le modalità di scoperta dei prodotti stanno cambiando

Fonti di influenza nella scoperta dei prodotti di largo consumo

% intervistati influenzati talvolta, spesso o sempre



Fonte: NIQ 2026 Consumer Outlook, mondiale, Domanda: con quale frequenza queste fonti influenzano gli acquisti domestici e alimentari?

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Un fenomeno collegato riguarda la crescente diffusione delle applicazioni che consentono di analizzare gli ingredienti attraverso la scansione delle confezioni.

In una ricerca condotta da NielsenIQ BASES negli Stati Uniti, la quota di intervistati che dichiara di utilizzare queste applicazioni è passata dal 17% nel maggio 2025 al 25% nel gennaio 2026.

La crescente attenzione alle informazioni sugli ingredienti e alle valutazioni generate da strumenti digitali introduce nuove variabili nella comunicazione dei prodotti alimentari. Per i produttori di pasta, ciò rende sempre più importante disporre di informazioni chiare, accurate e facilmente accessibili sulle caratteristiche dei propri prodotti, sia attraverso le confezioni sia nei canali digitali.

Le prospettive: innovare senza perdere il legame con il consumo quotidiano

Il quadro delineato da NielsenIQ conferma la centralità della pasta nell'alimentazione quotidiana di milioni di famiglie, ma evidenzia anche la necessità di interpretare un mercato sempre più articolato.

La sostanziale stabilità dei volumi della pasta secca a livello globale non esclude importanti opportunità di crescita, soprattutto nei mercati dove la penetrazione e la frequenza di acquisto rimangono inferiori rispetto ai Paesi di maggiore tradizione.

La pasta resta un alimento fondamentale nel mondo, con opportunità di crescita oltre i mercati maturi.

La pasta resta al centro dell'alimentazione quotidiana

Nonostante la rapida evoluzione dei consumi, la pasta mantiene un ruolo centrale nelle famiglie di tutto il mondo. La penetrazione continua a crescere nei principali mercati, con ampi margini di sviluppo negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Canada.

Il declino della fascia intermedia crea opportunità agli estremi del mercato

Con l'allontanamento dei consumatori dalla fascia intermedia, la crescita si concentra nei segmenti economico e premium. Per i marchi di pasta si apre una doppia opportunità: offrire convenienza ai consumatori attenti alla spesa e valorizzare qualità superiore, autenticità e differenziazione.

Praticità ed esperienza di consumo plasmeranno il futuro della categoria

I consumatori definiscono sempre più il valore in termini di praticità, qualità ed esperienza complessiva, non solo di prezzo. Per mantenere la propria rilevanza, **la pasta deve continuare a innovare in termini di facilità di preparazione, soluzioni per i pasti, salute e piacere**, restando strettamente legata alle esigenze dei consumatori di oggi e di domani

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Allo stesso tempo, la crescita della pasta fresca e il rafforzamento del segmento premium dimostrano che esistono spazi per sviluppare il valore della categoria attraverso proposte differenziate.
La polarizzazione dei consumi richiede alle imprese di individuare con maggiore precisione il proprio posizionamento, evitando di considerare il mercato come un insieme omogeneo.
Per i produttori orientati ai segmenti più accessibili, sarà determinante rispondere alle esigenze di convenienza economica. Per quelli impegnati nelle fasce superiori, la sfida consisterà nel valorizzare qualità, autenticità, innovazione ed esperienza di consumo.

In entrambi i casi, un ruolo crescente sarà svolto dalla capacità di adattare l'offerta alle nuove abitudini alimentari.
La praticità di preparazione, l'attenzione alla salute e la crescente influenza delle tecnologie digitali rappresentano infatti elementi destinati a incidere sulle scelte dei consumatori e sulle strategie commerciali delle aziende.
La prospettiva che emerge dall'analisi NielsenIQ non è dunque quella di una categoria matura e priva di possibilità di sviluppo, ma di un mercato che continua a offrire opportunità a condizione di saper interpretare le differenze geografiche, i cambiamenti della domanda e le nuove aspettative dei consumatori.

CERCHIAMO PASTIFICI ITALIANI

MergersCorp™ M&A International è un marchio specializzato nelle attività di Corporate Finance e Finanza Aziendale con focus sulle operazioni transfrontaliere di Mergers & Acquisitions che offre servizi professionali a clienti di tutto il mondo.

Siamo alla ricerca di aziende italiane interessate alla vendita del business, ad operazioni di finanza straodinaria, cessioni di quote, alleanze strategiche.

Contact us for free consultation!

MERGERSCORP

The Leader In Business Sales Mergers & Acquisitions



www.mergerscorp.com | pasta@mergerscorp.com | +44 2038856670

4

Pastificio Martelli, cento anni di pasta artigianale

Redazione



L’azienda toscana celebra un secolo di attività nel segno della continuità familiare e della lavorazione tradizionale. A settembre i festeggiamenti con la partecipazione delle istituzioni.

Il Pastificio Martelli di Lari, in provincia di Pisa, ha raggiunto nel 2026 il traguardo dei cento anni di attività. Fondata il 1° marzo 1926 dai fratelli Guido e Gastone Martelli, che rilevarono il laboratorio nel quale avevano lavorato fin da giovani, l'azienda è oggi alla terza generazione e rappresenta una delle realtà storiche della produzione artigianale italiana di pasta secca.
Nel corso del secolo, la famiglia Martelli ha mantenuto la produzione all'interno del borgo medievale di Lari, scegliendo di conservare dimensioni contenute e metodi di lavorazione tradizionali. La pasta viene realizzata con semola di grano duro, impastata con acqua fredda, trafilata al bronzo ed essiccata lentamente a basse temperature. Una filosofia produttiva che ha permesso al marchio, riconoscibile per le caratteristiche confezioni gialle, di affermarsi anche sui mercati internazionali, privilegiando la distribuzione attraverso negozi specializzati rispetto alla grande distribuzione organizzata.
Le celebrazioni del centenario si sono svolte il 12 settembre 2026 a Lari, con una cerimonia istituzionale al Castello dei Vicari, alla quale ha partecipato anche il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida, che ha consegnato alla famiglia Martelli il riconoscimento di Ambasciatori della Qualità Italiana.
Per l'occasione è stato inoltre presentato il volume *La famiglia Martelli. Cento anni di buona pasta*, dello storico Michele Quirici,





Dino Martelli riceve il riconoscimento *Pastai senza tempo* a Fiera Pastaria & Festival 2026


Il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida consegna alla famiglia Martelli il riconoscimento di Ambasciatori della Qualità Italiana

dedicato alla storia dell'impresa e al suo rapporto con il territorio.
Il centenario rappresenta un traguardo significativo per un'impresa che ha attraversato le profonde trasformazioni dell'industria pastaria italiana senza abbandonare il proprio modello artigianale.

A Dino Martelli il riconoscimento *Pastai senza tempo*

Il centenario del Pastificio Martelli è stato celebrato anche a Fiera Pastaria & Festival 2026, svoltasi il 30 e 31 marzo alla Stazione Leopolda di Firenze. Nel corso della manifestazione, Dino Martelli ha ricevuto il riconoscimento *Pastai senza tempo,* assegnato da Pastaria alle aziende che hanno segnato la storia della produzione italiana di pasta, distinguendosi per longevità e continuità imprenditoriale.

PASTARIA HUB

TECHNOLOGIES
INGREDIENTS
SERVICES
FOR PASTA
MANUFACTURERS

www.pastariahub.com

tecnologie
technologies
tecnologías
technologies

ingredienti
ingredients
ingredientes
ingrediéntes

servizi
services
servicios
services

5

Il Rapporto Coop 2026 fotografa la trasformazione dei consumi in Italia

Centro studi economici
Pastaria



Dalla crescita dell’alimentare domestico al ridimensionamento del fuori casa, cambiano gerarchie, occasioni e criteri di scelta. Anche il carrello diventa più “ibrido” e meno prevedibile. L’outdoor paga il disimpegno, perdono appeal aperitivo e delivery.

Troppe pressioni. Non solo dal carovita e dalla perdita del potere d'acquisto, ma anche da una profonda trasformazione sociale e comportamentale, che ha impresso un radicale cambiamento agli stili di consumo degli italiani, anche a tavola.

Lo spaccato che emerge dal Rapporto Coop 2026 è quello di un Paese che adotta strategie selettive, confronta, rinuncia e concentra le risorse su ciò che considera utile o capace di migliorare la qualità della vita.

I macrotrend suggellano questa profonda trasformazione, evidenziando che, a prezzi costanti, quindi depurati dall'inflazione, i consumi delle famiglie italiane sono oggi ancora sotto i livelli del 2007 (-0,3%), l'anno che aveva preceduto l'ultima Grande recessione.

Nei quasi due decenni considerati i consumi sono invece aumentati del 17,3% in Germania, del 17,5% in Francia e del 7,2% in Spagna. Una comparazione che mette nero su bianco gli effetti di un'asimmetria distribuita e di una maggiore polarizzazione dei redditi, ma che è anche l'esito di scelte e comportamenti profondamente diversi rispetto al passato.

In Italia è cambiata radicalmente la composizione del budget della famiglia-tipo, con casa e alimentare che assorbono oggi quote maggiori di spesa, a scapito di abbigliamento, arredamento, comunicazioni e trasporti.

La lettura basata unicamente sulla perdita di potere d'acquisto sarebbe tuttavia riduttiva, spiegano gli analisti. Il 65% degli italiani guarda con favore alla razionalizzazione dei consumi e alla minimizzazione degli sprechi. E tra chi negli ultimi tre anni ha tagliato almeno su un capitolo, il 44% lo ha fatto per una minore disponibilità economica, complice la quota sempre più ingombrante delle spese obbligate. Per un altro 28% la sforbiciata è il risultato di una scelta dettata da nuove priorità, mentre la quota restante dichiara una presa di coscienza sulla effettiva necessità di alcuni consumi.

Dietro queste decisioni ci sono diverse ragioni, la prevalente (83% dei casi) è la consapevole rinuncia agli acquisti ritenuti inutili o impulsivi. Il 63% dichiara anche di voler risparmiare per esigenze future e altrettanti si ritengono molto più selettivi nelle loro scelte d'acquisto, comprando "meno, ma meglio".

Riparare, ricondizionare, riconsiderare il second-hand e condividere diventano tasselli di una nuova cultura del "non consumo".

Gli effetti di queste trasformazioni hanno reso gli italiani più parsimoniosi sui beni ma più generosi sui servizi. Viaggi e

APPAFRE

Associazione produttori pasta fresca della piccola e media impresa



INSIEME PER ESSERE PIÙ FORTI!

A.P.PA.FRE. associa imprenditori della piccola e media impresa, produttori di pasta fresca e gnocchi, per meglio tutelare una categoria di produttori, troppo spesso dimenticati. I nostri associati, sono riconosciuti dalle istituzioni e dal mercato, come categoria di pastai che rappresentano la vera tipicità e la migliore tradizione culinaria italiana. Fiore all'occhiello del made in Italy, riconosciuta e apprezzata anche all'estero.
A.P.PA.FRE. si caratterizza per la capacità di offrire gratuitamente ai propri associati, qualsiasi consulenza di carattere tecnico e normativo, oltre alla divulgazione di informazioni su iniziative legislative.

Per info e/o contatti:
Virna Soncin (segretario) - Cell. 348.6593130

SOCI SOSTENITORI / FORNITORI

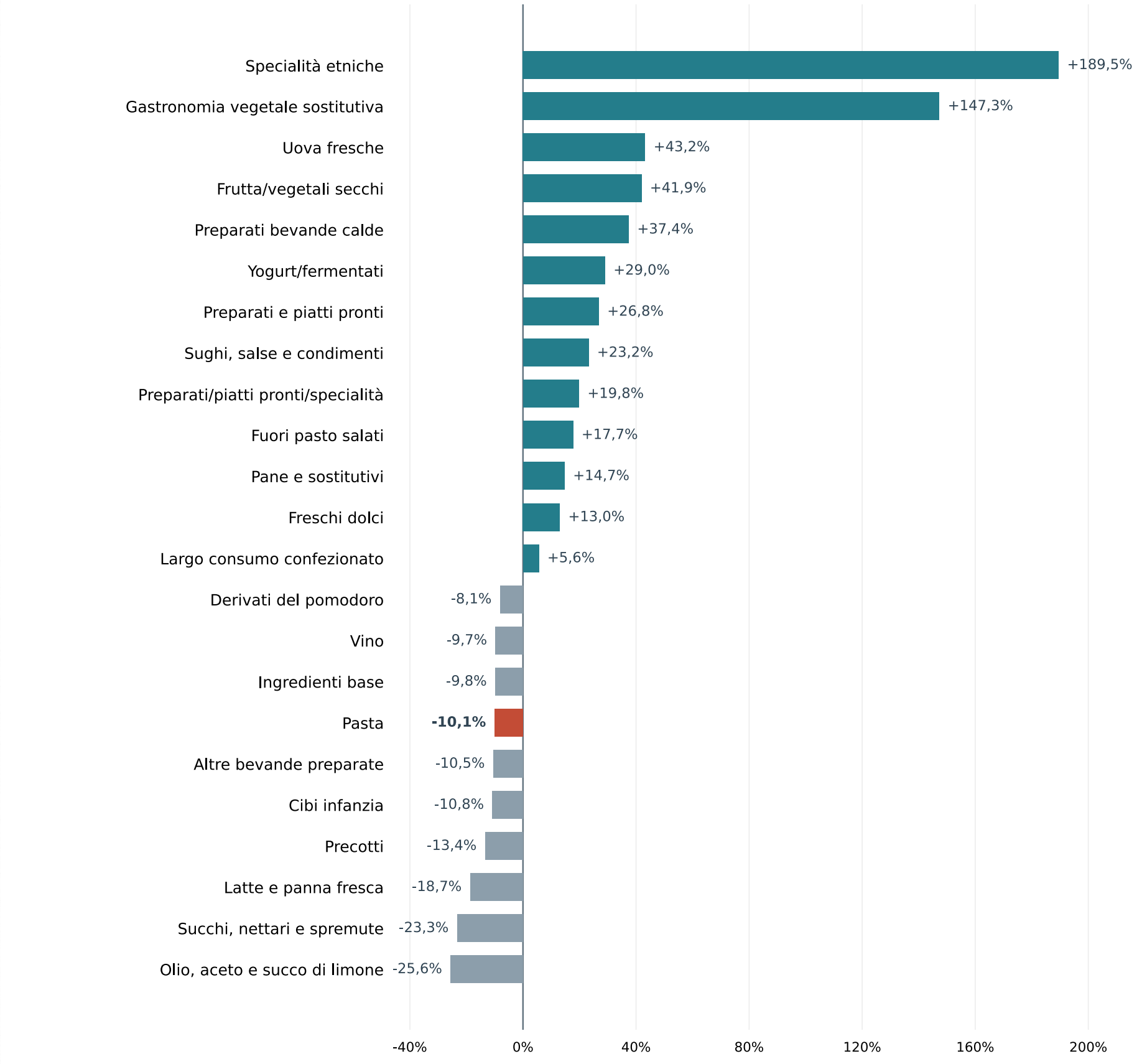
Ecochimica S.r.l. Casalzuigno (VA)
PRC Impianti S.r.l. Borgo Ticino (NO)
Molino Grassi S.p.a. Fraore (PR)
IPAM S.r.l. Zibello (PR)
Flavourland S.r.l. Pero (MI)
G&Partners S.A. Taverne (CH)
Italgi S.r.l. Carasco (GE)
Milani Foods S.r.l. Verona (VR)
Parmovo S.r.l. Colorno (PR)
Pastaria – Kinski Editori Parma (PR)
ePublic S.r.l. Novara (NO)
Vercelli S.p.a. Formigliana (VC)

CNA Piemonte Nord

A.P.Pa.Fre. Sede operativa c/o CNA PIEMONTE NORD
Viale Dante Alighieri 37 - 28100 Novara (NO)
Tel. 0321.399564/5 - Fax 0321.398488
info@appafre.it - www.appafre.it

vacanze, attività per salute e benessere, spettacoli, concerti assumono un peso crescente nella gerarchia dei consumi. E il possesso perde parte della sua funzione identitaria a vantaggio di ciò che si vive e si può raccontare, grazie anche al ruolo dei social network. Di fatto, una “nuova sintassi dei consumi” che dirotta quote crescenti del budget verso altre esigenze, frutto di un cambiamento culturale più incentrato sul presente e sul benessere.
In questa ricomposizione e riclassificazione, anche nei ranking, – osservano gli esperti – il cibo resta saldamente tra le spese da difendere.
Dopo il balzo della pandemia, l’alimentare domestico non ha perso il suo impulso. Al contrario, dal 2019 a oggi il largo consumo confezionato ha cumulato una crescita del 31,8% a valore e del 5,6% a volume e a tutto dicembre prossimo si prevede un ulteriore +1,9% in moneta corrente e una crescita reale di un altro punto percentuale.
Una famiglia su cinque ritiene di aumentare la spesa alimentare domestica nei prossimi mesi, a fronte di circa una su dieci che pensa invece di ridurla. Ma l’impresa è difficile, data l’elevata inflazione.
Quella che cambia è però la composizione del carrello della spesa. Gli italiani hanno acquisito una maggiore disinvoltura nel valutare il giusto mix tra convenienza e qualità. La marca del distributore, ormai capace di coprire esigenze che vanno ben oltre il primo prezzo, sale dal 28,3% del largo consumo nel 2019 al 31,9% nel 2026. E anche il discount guadagna consensi a scapito di altri canali, passando dal 21% al 23% di share.
È la conferma che la convenienza non coincide necessariamente con il prodotto più economico, ma conta soprattutto il rapporto tra prezzo, qualità, servizio e utilità percepita.
In questo contesto, in cui agiscono diverse “forze”, la dieta degli italiani si fa “ibrida”. L’ancoraggio alla tradizione resta, ma non è un vincolo. Meno di un consumatore su quattro fa ormai esclusivo riferimento ai prodotti del territorio e alla dieta mediterranea. Ma la maggioranza degli italiani mescola stili, guarda con più interesse alle proposte internazionali e insegue nuove esigenze nutrizionali.
Cresce la voglia di sperimentare, il vegan aumento la platea degli adepti e tornano protagoniste le uova, rivalutate come alimento funzionale e fonte proteica a basso costo.
C’è più spazio nei carrelli per kefir, yogurt greco, frutta secca, semi e bevande sugar free. E anche all’interno delle stesse categorie le preferenze cambiano, dettate

Grafico 1 COME CAMBIANO I CONSUMI ALIMENTARI: I VOLUMI DI VENDITA PER CATEGORIA



Variazione % dei volumi di vendita, 2026 rispetto al 2019 · anno terminante a giugno

Fonte: Rapporto Coop 2026, NielsenIQ

dai nuovi stili alimentari e dall'influenza delle mode.

Un "fine tuning" che aggiusta di continuo le scelte degli italiani, ma che rende il

24 • 25 MAGGIO 2027
FIRENZE | Stazione Leopolda
TERZA EDIZIONE

FIERA PASTARIA

INTERNATIONAL PASTA FACTORY
SUPPLIERS TRADE FAIR

& FESTIVAL

Un'unica fiera per tutti i fornitori di pastificio

insieme ai convegni
e ai momenti di networking
del Pastaria Festival

DIVENTA ESPOSITORE

Mostra le tue soluzioni, incontra i decision maker,
sviluppa relazioni, fai crescere il tuo business.

PER I FORNITORI DI:

MACCHINE E IMPIANTI	INGREDIENTI E SEMILAVORATI	ACCESSORI E COMPONENTI	PACKAGING E IMBALLAGGI	SERVIZI E SOLUZIONI

PERCHÉ ESPORRE				
	INCONTRA PRODUTTORI E BUYER DA TUTTO IL MONDO	ACCEDI A NUOVI MERCATI E OPPORTUNITÀ DI BUSINESS	DÀI VISIBILITÀ AL TUO BRAND E ALLE TUE NOVITÀ	SVILUPPA RELAZIONI STRATEGICHE NELLA PASTA COMMUNITY

PRENOTA IL TUO SPAZIO ORA!

Spazi limitati. Assicura la tua presenza alla fiera internazionale dedicata ai fornitori dei pastifici.

RICHIEDI INFORMAZIONI
PASTARIA
Kinski Editori Srl
T. +39 0521 1564934
info@fierapastaria.com
fierapastaria.com

Pastaria

consumatore molto meno prevedibile di un tempo.
Un altro aspetto da considerare è che il pragmatismo intacca anche l'attenzione alla sostenibilità. La tutela dell'ambiente resta un tema sensibile e trasversale, ma il reddito decide quanto delle buone intenzioni possa davvero impattare sullo scontrino. Con l'evidenza, incontrovertibile, che il beneficio personale, riconoscibile nella salute e nella sicurezza, prevale sul vantaggio collettivo.
È il ritratto, dunque, di un consumatore meno fedele alle marche, alle insegne e persino alle vecchie abitudini. Che fequenta più punti vendita e insegne, cerca promozioni, alterna brand industriali e private label, sperimenta nuovi stili alimentari. Cerca rassicurazione tra le mura domestiche, ma non rinuncia al fuori casa, riducendo però le occasioni e reagendo soprattutto ai rincari della ristorazione con uscite più mirate.
Dai sondaggi emerge che il 36% degli italiani ha ridotto la frequenza delle consumazioni al ristorante negli ultimi dodici mesi. Le visite diminuiscono dello 0,6% nel 2026, mentre la spesa nel fuori casa aumenta dell'1,5%, con la divergenza degli andamenti che riflette l'impatto dei rincari.
Quello che è in atto è un progressivo disimpegno dal fuori casa, che "spegne" anche il rito dell'aperitivo e ridimensiona l'appeal del delivery. L'outdoor sembra oggi intercettare meno le esigenze della quotidianità e perdere, soprattutto, quella centralità che aveva conquistato in passato, per concentrarsi maggiormente sulle occasioni in cui il consumo diventa anche momento di relazione e scoperta. Socialità, sperimentazione e ricerca di nuove esperienze restano le principali ragioni per opzionare un pasto fuori casa, in un contesto nel quale il semplice servizio di ristorazione non sembra più essere, da solo, una motivazione sufficiente.

Pasta, una centralità da riconquistare

Neanche la pasta sfugge alla "rivoluzione silenziosa" che sta cambiando il carrello degli italiani. Le dinamiche del prodotto tra i più rappresentativi del food tricolore aiutano a capire quanto stiano rapidamente mutando abitudini, priorità e occasioni di consumo.
Nel 2026 (anno terminante a giugno) il comparto, in controtendenza rispetto all'intero aggregato del largo consumo, ha sperimentato a volume una contrazione cumulata del 10,1% rispetto al 2019. Il fenomeno si inserisce in un contesto di trasformazione più ampia della dieta degli

italiani e in un mutato rapporto competitivo tra referenze.
Alla base di questo trend ci sono diverse ragioni. Il consumatore – come evidenzia il Rapporto Coop – sperimenta con più spavalderia e spontaneità prodotti etnici e nuove fonti proteiche, guarda con interesse a fermentati e varianti vegetali alle proteine animali e presta maggiore attenzione al controllo del peso e alla composizione nutrizionale degli alimenti, incluso l'apporto calorico.
Cambia anche il rapporto con il tempo. La pianificazione dei pasti diventa parte integrante della gestione del budget familiare, ma cresce contestualmente la richiesta di praticità e velocità di preparazione. È indicativo che i primi piatti pronti rientrino tra gli "evergreen" già citati del largo consumo, considerato negli ultimi quattro anni hanno sempre registrato incrementi dei volumi, con un +2,4% nel cumulato degli ultimi dodici mesi. Anche i "preparati e piatti pronti" risultano, se rapportati ai volumi del 2019, tra le categorie in maggiore espansione (+26,8%).
Più che una crisi della pasta, dunque, emerge una frammentazione delle occasioni di consumo. Il formato tradizionale deve oggi dividere lo spazio con soluzioni fast, nuovi ingredienti e ricette provenienti da culture diverse, tra tortillas, noodles e altre proposte etniche. Senza dubbio, la pasta conserva dalla sua un patrimonio identitario difficilmente replicabile. L'aspetto più complesso, in questo nuovo scenario, è tuttavia accreditarsi in uno schema alimentare meno rigido e più curioso, ma anche più attento alla praticità, alla salute e al controllo del peso. Tendenze che, crucialmente, mettono in discussione quell'automatismo di consumo che per lungo tempo ha rappresentato uno dei punti di forza della categoria, chiamata oggi a ripensarsi alla luce di nuovi stili di vita e nuove esigenze.

CERCHIAMO PASTIFICI ITALIANI

MergersCorp™ M&A International è un marchio specializzato nelle attività di Corporate Finance e Finanza Aziendale con focus sulle operazioni transfrontaliere di Mergers & Acquisitions che offre servizi professionali a clienti di tutto il mondo.

Siamo alla ricerca di aziende italiane interessate alla vendita del business, ad operazioni di finanza straodinaria, cessioni di quote, alleanze strategiche.

Contact us for free consultation!

MERGERSCORP

The Leader In Business Sales Mergers & Acquisitions



www.mergerscorp.com | pasta@mergerscorp.com | +44 2038856670

6

Premio Pastaria 2027: aperto il bando per le migliori tesi di laurea e dottorato

Redazione



Fino al 15 dicembre 2026 è possibile candidarsi al riconoscimento promosso da Pastaria per valorizzare la ricerca scientifica applicata alla produzione di pasta alimentare. Tre i premi previsti, per un valore complessivo di 1.500 euro, oltre a eventuali menzioni speciali. La premiazione si svolgerà a Firenze, durante Fiera Pastaria & Festival 2027.

È aperto il bando del Premio Pastaria 2027, l'iniziativa promossa da Kinski Editori, editore della rivista Pastaria, per valorizzare le migliori tesi di laurea magistrale e di dottorato dedicate alla ricerca applicata alla produzione di pasta alimentare.
Il Premio intende favorire il dialogo tra mondo accademico e industria della pasta, dando visibilità a studi e ricerche che possano contribuire allo sviluppo delle conoscenze scientifiche, all'innovazione tecnologica e al miglioramento dei processi produttivi del settore. Un'iniziativa che si propone anche di incoraggiare l'interesse dei giovani ricercatori verso un comparto industriale nel quale le competenze scientifiche e tecnologiche rivestono un ruolo sempre più importante, dalla selezione e caratterizzazione delle materie prime all'ottimizzazione dei processi di trasformazione, fino alla qualità e alla sicurezza dei prodotti finiti.
Sono previsti due premi da 400 euro ciascuno per le migliori tesi di laurea magistrale e un premio da 700 euro per la migliore tesi di dottorato, accompagnati da un diploma. La commissione esaminatrice potrà inoltre assegnare menzioni speciali, del valore di 150 euro ciascuna, a lavori ritenuti di particolare interesse.
Possono partecipare i laureati magistrali che abbiano conseguito il titolo presso un'università italiana, con votazione non inferiore a 105/110, nelle discipline scientifiche, tecnologiche ed economiche indicate nel bando, e i dottori di ricerca in Scienze, Tecnologie e Biotecnologie Alimentari e discipline affini. Sono ammesse le tesi relative a titoli conseguiti tra luglio 2024 e novembre 2026.
Le candidature devono essere presentate entro il 15 dicembre 2026, esclusivamente attraverso l'apposito modulo online, disponibile all'indirizzo:
https://forms.gle/FWft2ME1z7m4N6pb6
I vincitori saranno proclamati entro il 28 febbraio 2027 e premiati durante il Pastaria Festival, in programma il 24 e 25 maggio 2027 alla Stazione Leopolda di Firenze, nell'ambito della terza edizione di Fiera Pastaria & Festival.
Nel corso della cerimonia, i premiati presenteranno sinteticamente i propri lavori a un pubblico di professionisti e rappresentanti dell'industria della pasta, contribuendo a promuovere il trasferimento dei risultati della ricerca scientifica al mondo produttivo.
Il bando completo, con i requisiti di partecipazione e le modalità di presentazione delle candidature, è disponibile sul sito www.pastaria.it.

Pastaria

Leggi Pastaria digitale*, dove vuoi, quando vuoi. Scarica gratis l'App e accedi a tutto l'archivio dell'anno.

*Pastaria digitale è una rivista diversa da quella cartacea e contiene articoli originali ed esclusivi.

Scarica l'App per iOS

Scarica l'App per Android

Pastaria, molto più di una semplice rivista.