

SCENARI DI MERCATO DELLE FILIERE AGROALIMENTARI ITALIANE RILEVANTI PER LE COOPERATIVE

STUDI & RICERCHE N° 320 - Febbraio 2026

FONDO
SVILUPPO



Indice



- **INTRODUZIONE**
- **IL SISTEMA CONFCOOPERATIVE FEDAGRIPESCA**
- **IL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA**
- **IL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI**
- **IL MERCATO DEI VINI E DEGLI *SPARKLING WINE***
- **IL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA**
- **IL MERCATO DELLA CARNE**
- **IL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI**
- **SCENARI DI MERCATO GLOBALE (2026-2030)**



Introduzione

L'analisi presentata nel rapporto si configura come uno **studio di scenario volto a interpretare l'evoluzione dei principali mercati agroalimentari italiani di particolare rilevanza per le cooperative, in un contesto di crescente integrazione dei mercati e di trasformazione dei modelli di consumo**. In questo quadro, il sistema cooperativo - in particolare quello di Confcooperative Fedagri Pesca - rappresenta un attore strutturale delle filiere agroalimentari, capace di tradurre dinamiche di mercato complesse in strategie industriali e commerciali coerenti. L'impostazione metodologica distingue in modo sistematico il periodo storico recente (2019-2025) dallo scenario previsionale di medio termine (2026-2030), così da separare le dinamiche osservate da quelle stimate, garantendo continuità tra analisi retrospettiva e prospettica. Il lavoro integra fonti statistiche internazionali (principalmente *Euromonitor International* e *UN Comtrade*) e nazionali, armonizzate sul piano delle definizioni merceologiche, delle unità di misura e della copertura temporale. La ricostruzione dei mercati in termini di volumi e valori di vendita, insieme alle proiezioni di scenario, si basa su basi dati di mercato a carattere previsionale, fondate su modelli che combinano serie storiche, indicatori macroeconomici, variabili demografiche, dinamiche dei prezzi e informazioni settoriali. Tali modelli consentono di stimare l'evoluzione della domanda tenendo conto sia di fattori strutturali (redditi, popolazione, urbanizzazione, cambiamenti nelle preferenze alimentari), sia degli elementi di costo lungo le filiere (energia, logistica, input agricoli), che incidono sul valore medio dei prodotti. Per i mercati interni vengono considerate congiuntamente le quantità vendute e il valore delle vendite, così da cogliere sia l'evoluzione dei consumi fisici sia le trasformazioni del mix qualitativo dell'offerta e dei prezzi medi. La divergenza tra dinamica dei volumi e dei valori è interpretata come indicatore di *upgrading* dell'offerta e/o di pressioni sui costi. Ove disponibili, i dati sono disaggregati per tipologia di prodotto, canale di vendita, grado di trasformazione e struttura competitiva e canali distributivi. Lo scenario 2026-2030 rappresenta una proiezione condizionata alle ipotesi incorporate nei modelli (crescita economica, prezzi, struttura dei consumi, continuità delle politiche) e va letto come indicazione di tendenza di medio periodo. L'impianto metodologico assicura coerenza tra filiere, comparabilità dei risultati e trasparenza delle fonti, offrendo un supporto analitico alla valutazione delle prospettive dei principali mercati agroalimentari italiani di rilevanza per le cooperative nel contesto internazionale.



Il sistema Confcooperative Fedagri Pesca

Una parte rilevante di ciò che ogni giorno arriva sulle tavole degli italiani e dei consumatori internazionali nasce e si sviluppa all'interno della cooperazione, in particolare di quella di Confcooperative Fedagri Pesca. Dalla materia prima agricola alla trasformazione industriale, fino alla distribuzione e al rapporto diretto con il consumatore finale. Attraverso un modello basato sull'integrazione di filiera, la cooperazione consente di collegare in modo diretto produzione primaria, trasformazione industriale, logistica e accesso ai mercati, garantendo continuità di fornitura, standard qualitativi elevati e tracciabilità dell'origine. Nel contesto macroeconomico recente, caratterizzato da una crescita dell'export agroalimentare italiano i **marchi cooperativi svolgono un ruolo strutturale**. Essi operano prevalentemente nei segmenti a maggiore valore aggiunto - conserve, surgelati, lattiero-caseario, vino, carni trasformate - e sono orientati ai mercati esteri, contribuendo alla **stabilità dei redditi agricoli** e alla **competitività internazionale del sistema Paese**. Le 2.950 imprese agricole, agroalimentari e della pesca aderenti a Confcooperative Fedagri Pesca coinvolgono oltre 408 mila soci produttori, occupando direttamente quasi 75 mila persone. Grazie anche alle società di capitali controllate, il fatturato complessivo del sistema Confcooperative Fedagri Pesca supera i 36 miliardi di Euro (2024).

IL SISTEMA CONFCOOPERATIVE FEDAGRI PESCA

- valori assoluti -

(Fonte: elaborazione propria su dati Confcooperative Aida BvD – estrazione 20/01/2026)

I NUMERI DI CONFCOOPERATIVE FEDAGRI PESCA AL 31 DICEMBRE 2024					
AREA AGRICOLA E AGROALIMENTARE					
SETTORE	IMPRESE ADERENTI	BASE SOCIALE	ADDETTI	FATTURATO (milioni di €)	di cui FATTURATO da export (milioni di €)
LATTIERO-CASEARIO	393	13.621	9.807	7.895	1.090
ORTOFRUTTICOLO	515	44.787	22.101	8.231	1.130
FORESTAZIONE E MULTIFUNZIONALITÀ	104	1.692	1.071	93	0
VITIVINICOLO	316	99.301	7.714	4.978	1.710
ZOOTECNICO	180	8.689	18.646	7.817	590
ZOOTECNICHE VARIE	90	5.001	1.112	1.598	
STALLE SOCIALI	47	660	240	94	
MACELLI COOPERATIVI	23	2.770	8.599	1.615	
AVICUNICOLE	20	258	8.695	4.510	
AGRICOLO E SERVIZI	1.102	233.713	12.196	7.186	630
OLIVICOLO	128	87.111	599	115	
SERVIZI	957	145.712	11.398	7.055	
TABACCHICOLO	17	890	199	16	
AREA PESCA E ACQUACOLTURA					
SETTORE	IMPRESE ADERENTI	BASE SOCIALE	ADDETTI	FATTURATO (milioni di €)	di cui FATTURATO da export (milioni di €)
PESCA E ACQUACOLTURA	340	6.532	3.285	399	65
TOTALE FEDAGRI PESCA	2.950	408.335	74.820	36.599	5.215



Il mercato della frutta e della verdura



Il mercato della frutta e della verdura fresca: un quadro di sintesi

- 1. La dinamica della domanda mondiale di frutta e verdura fresca e la domanda estera di frutta e verdura fresca italiana:** Tra il 2019 e il 2025 il mercato mondiale della frutta e verdura fresca cresce in modo significativo, passando da 1.154 a oltre 1.350 milioni di tonnellate. È il comparto quantitativamente più grande dell'agroalimentare globale e la sua espansione riflette tre fattori chiave: crescita demografica, diffusione di stili alimentari orientati alla salute e attenzione crescente verso prodotti freschi. Nei paesi avanzati la crescita non è trainata dai volumi, ma da una domanda più sofisticata, rivolta a prodotti premium, biologici o certificati. Nei mercati emergenti prevale invece un aumento dei consumi di base grazie al miglioramento dell'accesso alla distribuzione moderna. Nelle previsioni 2026-2030 il trend rimane positivo, con un mercato che dovrebbe raggiungere 1.585 milioni di tonnellate nel 2030. La categoria si consolida come riferimento delle diete sostenibili, con una domanda sempre più attenta a stagionalità, origine e tracciabilità. Sul lato dell'offerta emergono sfide strutturali: efficienza logistica, gestione del freddo e adattamento ai cambiamenti climatici diventano elementi competitivi essenziali. Nel periodo 2019-2024 la domanda estera di prodotti ortofrutticoli italiani si mantiene su livelli elevati. Le importazioni di frutta fresca italiana superano 2,3 miliardi di dollari, mentre quelle di verdura fresca si collocano su valori analoghi. La struttura geografica della domanda si conferma fortemente concentrata nello spazio europeo: Germania, Francia, Austria e Svizzera rappresentano il nucleo principale dei mercati di sbocco, delineando un sistema di relazioni commerciali stabili e radicate.
- 2. La dinamica del mercato italiano della frutta e verdura fresca:** Tra il 2019 e il 2025 il mercato italiano di frutta e verdura fresca mostra una crescente stabilità nella ripartizione dei canali: il *retail* consolida il ruolo dominante (fino al 71%), mentre il *foodservice* recupera gradualmente dopo la parentesi pandemica, tornando al 25%. L'istituzionale (pubblico) rimane marginale ma stabile. Nel periodo 2026-2030 le quote si stabilizzano, riflettendo modelli di consumo ibridi tra casa e fuori casa. Il valore *retail* della verdura cresce rapidamente (da 8,0 a 11,1 miliardi), sostenuto inizialmente dalla pandemia e poi da inflazione, costi energetici, biologico e IV gamma. La crescita continua fino al 2030 ma con ritmo più moderato. La struttura del mercato della verdura è molto frammentata: anche i segmenti principali (pomodori, cavolfiori/broccoli, cipolle) perdono leggermente quota a favore di varietà più ampie. Il biologico nella verdura passa dal 6,1% al 7,9% dei volumi e dovrebbe arrivare all'8,8% nel 2030, segno di una domanda crescente ma ancora frenata dal prezzo. Dinamica simile nella frutta: valore in aumento da 16,6 a 21,1 miliardi (2019-2025) e poi a 24,5 miliardi entro il 2030, grazie a maggiori costi produttivi, alimentazione salutistica e prodotti premium (biologico, residuo zero). Anche la frutta è un mercato molto frammentato, con categorie principali intorno al 10% ciascuna. Il biologico nella frutta cresce dal 7,2% all'8,4% dei volumi, con previsione al 9,5% nel 2030: un trend lento ma strutturale, guidato da salute, sostenibilità e tracciabilità. La sfida sarà renderlo accessibile senza perdere qualità.

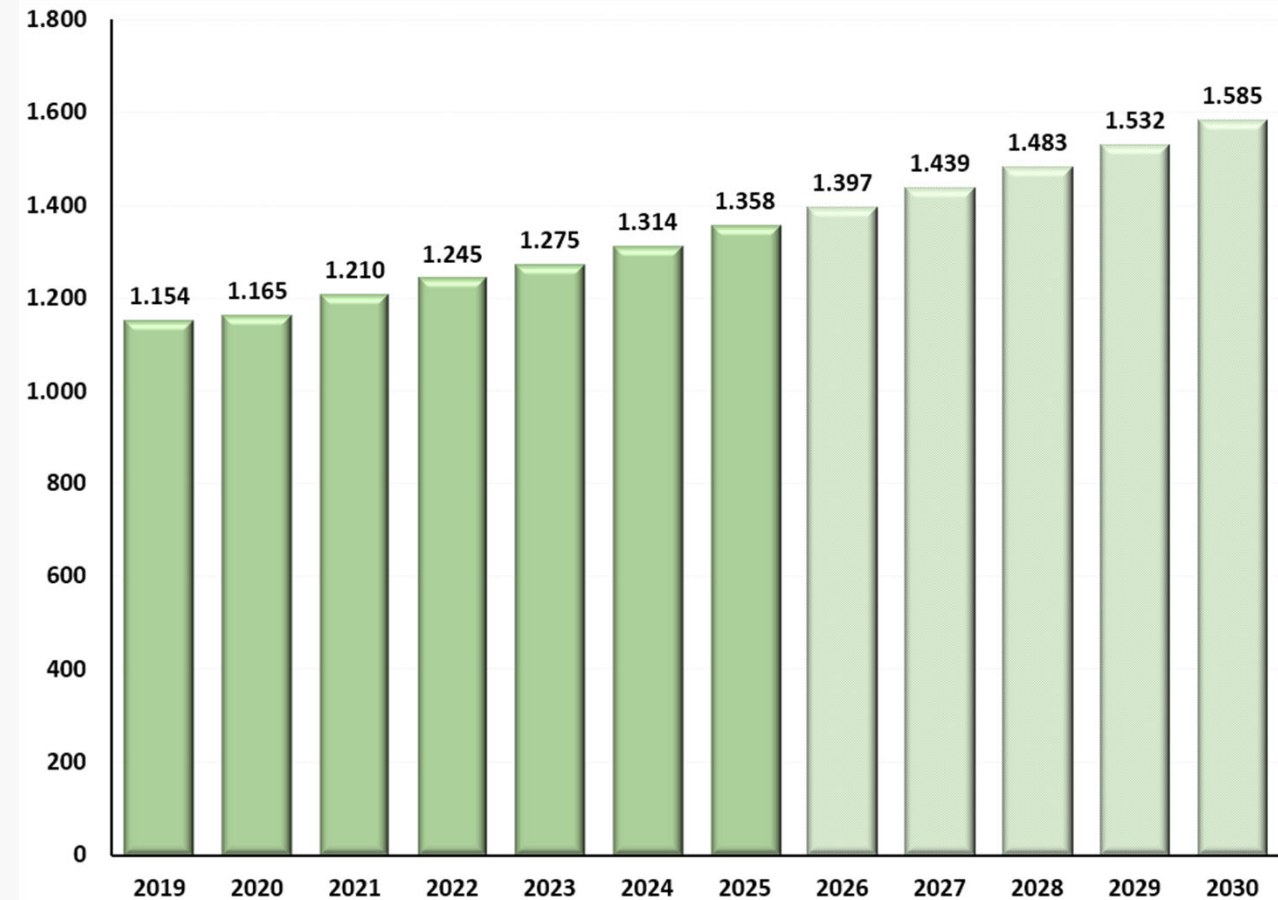
Il mercato mondiale della frutta e verdura fresca: volumi di vendita totali (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025 il mercato mondiale della **frutta e verdura fresca** evidenzia un forte incremento, con i volumi che passano da 1.154 a oltre 1.350 milioni di tonnellate. Si tratta del **segmento quantitativamente più rilevante dell'intero sistema agroalimentare e la sua espansione riflette fattori di natura demografica, nutrizionale e comportamentale**. La diffusione di modelli alimentari orientati a naturalità, prevenzione e benessere favorisce il consumo di alimenti freschi a scapito di prodotti altamente trasformati. Nei paesi a reddito elevato, la dinamica non è tanto legata all'aumento delle quantità consumate, quanto a una ricomposizione della domanda verso varietà di qualità superiore, produzioni certificate, biologiche o a indicazione geografica protette. Nei mercati emergenti, al contrario, l'espansione è trainata in larga parte dall'aumento dei consumi di base e dal miglioramento dell'accesso alla distribuzione moderna. Nello scenario previsionale (2026-2030) si stima una crescita che dovrebbe proseguire fino a raggiungere 1.585 milioni di tonnellate di volumi di vendita nel 2030. **La categoria si consolida come pilastro delle diete equilibrate, sostenuta dalla coerenza con le tendenze di salute pubblica e sostenibilità ambientale**. La domanda si orienta sempre più verso produzioni locali, stagionali e tracciabili, mentre sul lato dell'offerta assumono rilievo l'efficienza logistica e l'adattamento ai cambiamenti climatici.

I VOLUMI DI VENDITA TOTALI DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA FRESCA NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di tonnellate -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di verdura fresca italiana: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Le importazioni di verdura fresca italiana superano i 2,3 miliardi di dollari e mostrano una lieve contrazione recente, dopo una fase espansiva nel periodo post-pandemico. Germania e Francia guidano la domanda, seguite da Austria e Svizzera, che presentano dinamiche favorevoli e un ruolo crescente. **La domanda è prevalentemente europea e concentrata nei paesi dell'Europa centrale e occidentale.** Il segmento appare stabile e legato a consumi consolidati nei mercati maturi, con limitate variazioni strutturali nel profilo geografico.

LE IMPORTAZIONI DI VERDURA FRESCA IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 07 - ORTAGGI O LEGUMI, PIANTE, RADICI E TUBERI COMMESTIBILI)

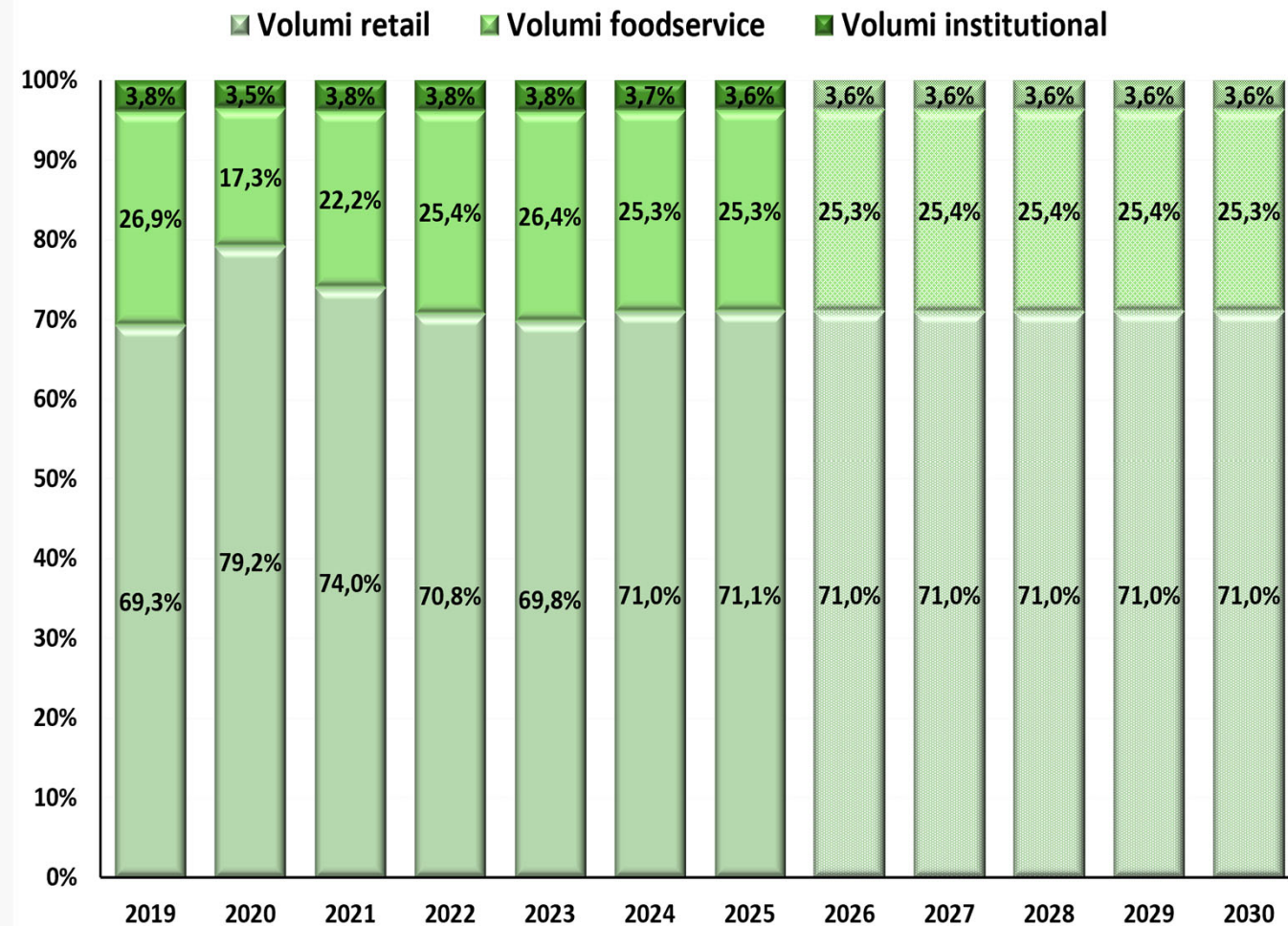
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
GERMANIA	539	612	755	633	712	672	-5,5%	29,0%
FRANCIA	170	195	205	178	199	200	0,8%	8,6%
AUSTRIA	148	127	148	129	177	196	10,8%	8,5%
SVIZZERA	123	140	167	148	175	177	1,3%	7,6%
OLANDA	97	107	126	119	134	141	4,8%	6,1%
POLONIA	84	83	106	104	125	127	1,2%	5,5%
REGNO UNITO	123	140	139	108	124	123	-0,8%	5,3%
REPUBBLICA CECA	40	42	56	65	73	63	-14,8%	2,7%
DANIMARCA	39	39	43	42	51	51	-0,2%	2,2%
BELGIO	43	43	45	43	44	49	11,0%	2,1%
ALTRI	407	393	465	465	514	520	1,2%	22,4%
TOTALE	1.812	1.922	2.256	2.035	2.329	2.320	-0,4%	100%

Il mercato della verdura fresca in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato della verdura fresca in Italia, in volumi, conferma la centralità del canale *retail*, la cui quota passa dal 69,3% del 2019 al 71,1% nel 2025, dopo l'anomalia del 2020 (79,2%), quando le restrizioni sanitarie hanno determinato un trasferimento repentino dei consumi verso l'ambito domestico. Il successivo riassetto delle quote riflette il progressivo ritorno alla normalità dei modelli di consumo, con il *foodservice* che recupera terreno fino al 25,3% nel 2025 grazie alla riapertura della ristorazione e alla ripresa dei flussi turistici. **Il canale istituzionale resta sostanzialmente stabile attorno al 3,6-3,8%, confermando un ruolo residuale ma strutturalmente necessario, soprattutto nelle mense scolastiche e sanitarie.** Nel periodo previsionale 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, **la distribuzione per canale tende a stabilizzarsi, con il *retail* intorno al 71% e il *foodservice* attorno al 25%.** Tale equilibrio riflette una trasformazione strutturale delle abitudini alimentari, caratterizzata da una maggiore attenzione alla preparazione domestica e alla qualità degli ingredienti, ma anche dalla crescente integrazione tra consumo domestico e fuori casa, **favorita da modelli ibridi di lavoro e da una ristorazione sempre più orientata a prodotti freschi e di filiera corta.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) -%-
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

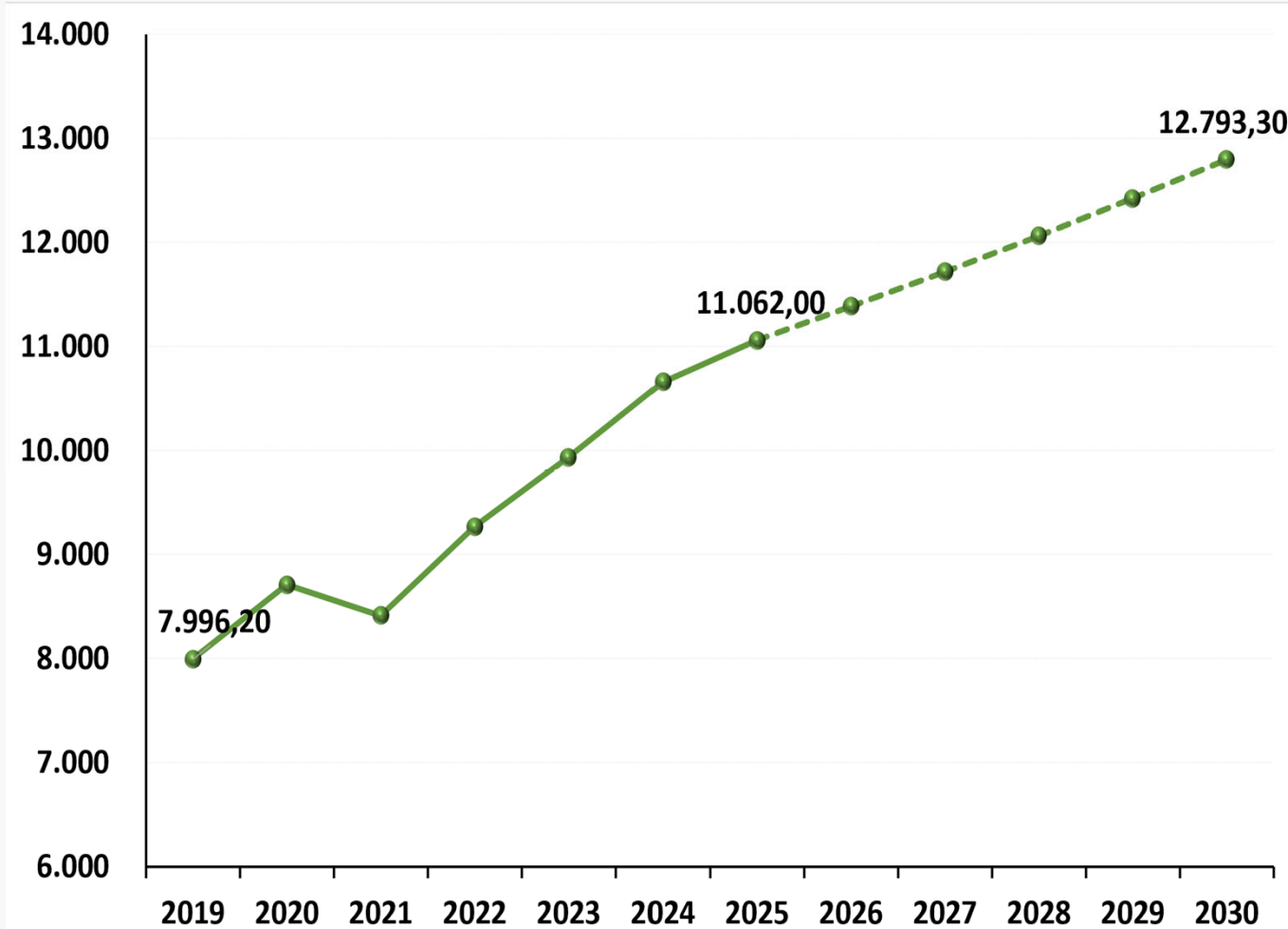


Il mercato della verdura fresca in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* della verdura fresca in Italia cresce in modo significativo, passando da 7.996 a 11.062 milioni di euro. L'incremento registrato nel 2020 è riconducibile all'aumento dei consumi domestici durante la pandemia, ma la successiva **crescita strutturale riflette fattori più profondi: inflazione alimentare, aumento dei costi energetici e logistici, maggiore incidenza dei prodotti biologici e di IV gamma, nonché un orientamento dei consumatori verso diete salutistiche e sostenibili.** Il comparto beneficia inoltre della crescente attenzione verso la stagionalità e l'origine dei prodotti, elementi che rafforzano il valore aggiunto della produzione nazionale. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, **il mercato è previsto in ulteriore espansione** fino a 12.793 milioni di euro, sebbene con un ritmo più moderato rispetto al quinquennio precedente. **La crescita sarà sostenuta dall'innovazione di prodotto, dall'adozione di packaging sostenibili e dall'integrazione di servizi digitali nella distribuzione,** mentre l'elevata maturità del mercato e la pressione sui redditi disponibili potrebbero contenere l'espansione dei volumi.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di euro -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)

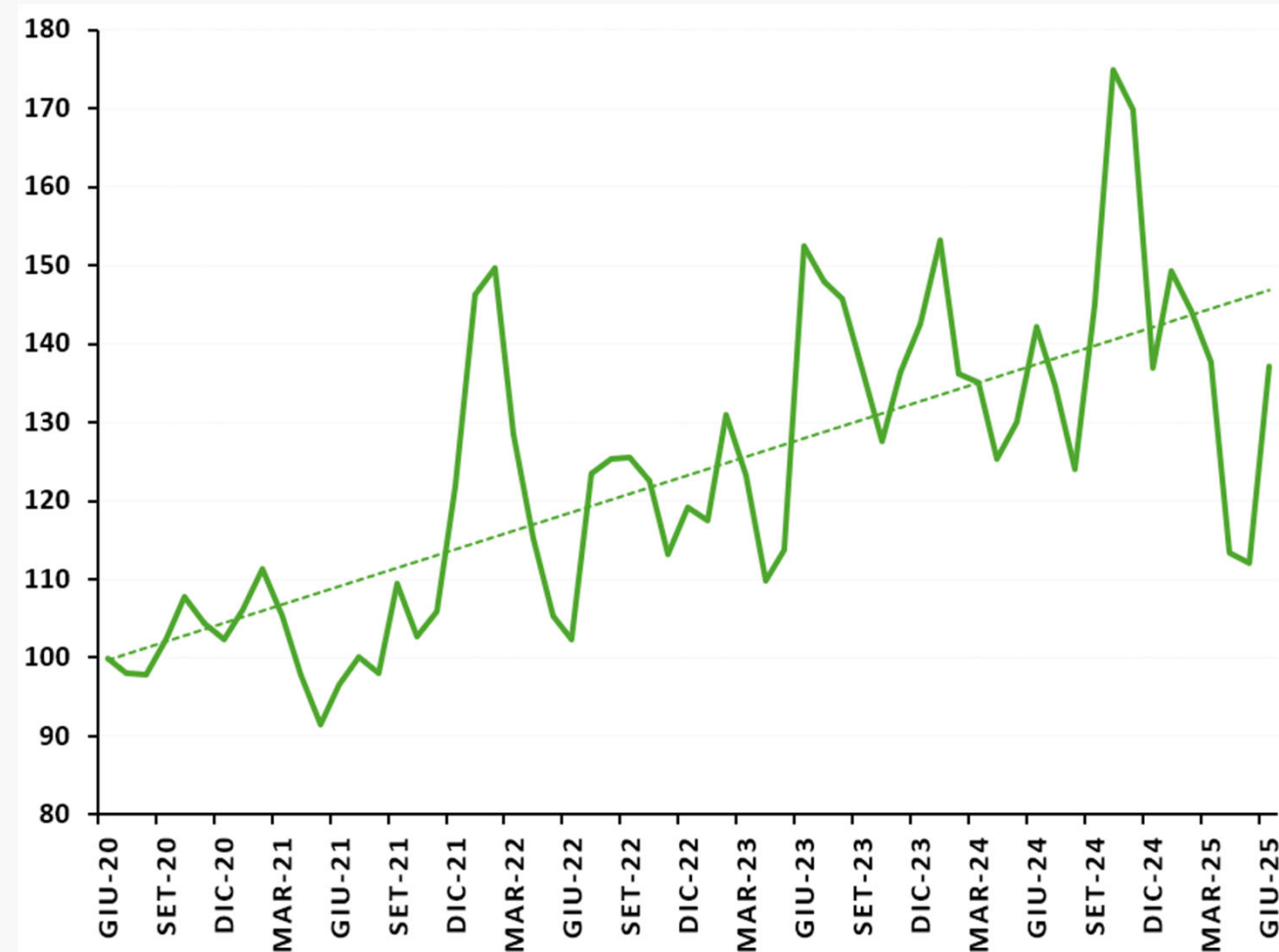


L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti dagli agricoltori: ortaggi freschi (giugno 2020-giugno 2025)



L'indice dei prezzi alla produzione degli ortaggi freschi evidenzia nel periodo giugno 2020-giugno 2025 una dinamica fortemente volatile, coerente con la stagionalità delle produzioni e con l'elevata esposizione del comparto agli shock climatici e ai costi dei fattori produttivi. Dopo una fase di relativa stabilità nel biennio 2020-2021, si registra un primo significativo incremento tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022, in concomitanza con l'aumento dei costi energetici e logistici che ha interessato l'intero sistema agroalimentare europeo. Nel biennio 2023-2024 si osserva una nuova fase di rialzo, con valori che raggiungono livelli particolarmente elevati, soprattutto nell'autunno 2024. Tale andamento risulta coerente con le evidenze ISTAT che segnalano un aumento dei prezzi delle coltivazioni e, in particolare, degli ortaggi (+8,7% nel 2024), sostenuto da fattori climatici avversi e da tensioni nelle catene di approvvigionamento. Il rialzo dei prezzi alla produzione ha contribuito a sostenere i valori di vendita del comparto orticolo, migliorando la redditività delle imprese agricole e delle cooperative di conferimento, pur in presenza di una maggiore volatilità dei mercati. Tale dinamica conferma il ruolo strategico delle filiere organizzate nel mitigare i rischi di mercato e nel valorizzare le produzioni.

I PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI DAGLI AGRICOLTORI:
ORTAGGI FRESCHI – *numeri indice 2010=100* -
(Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT – estrazione 18/02/2026)

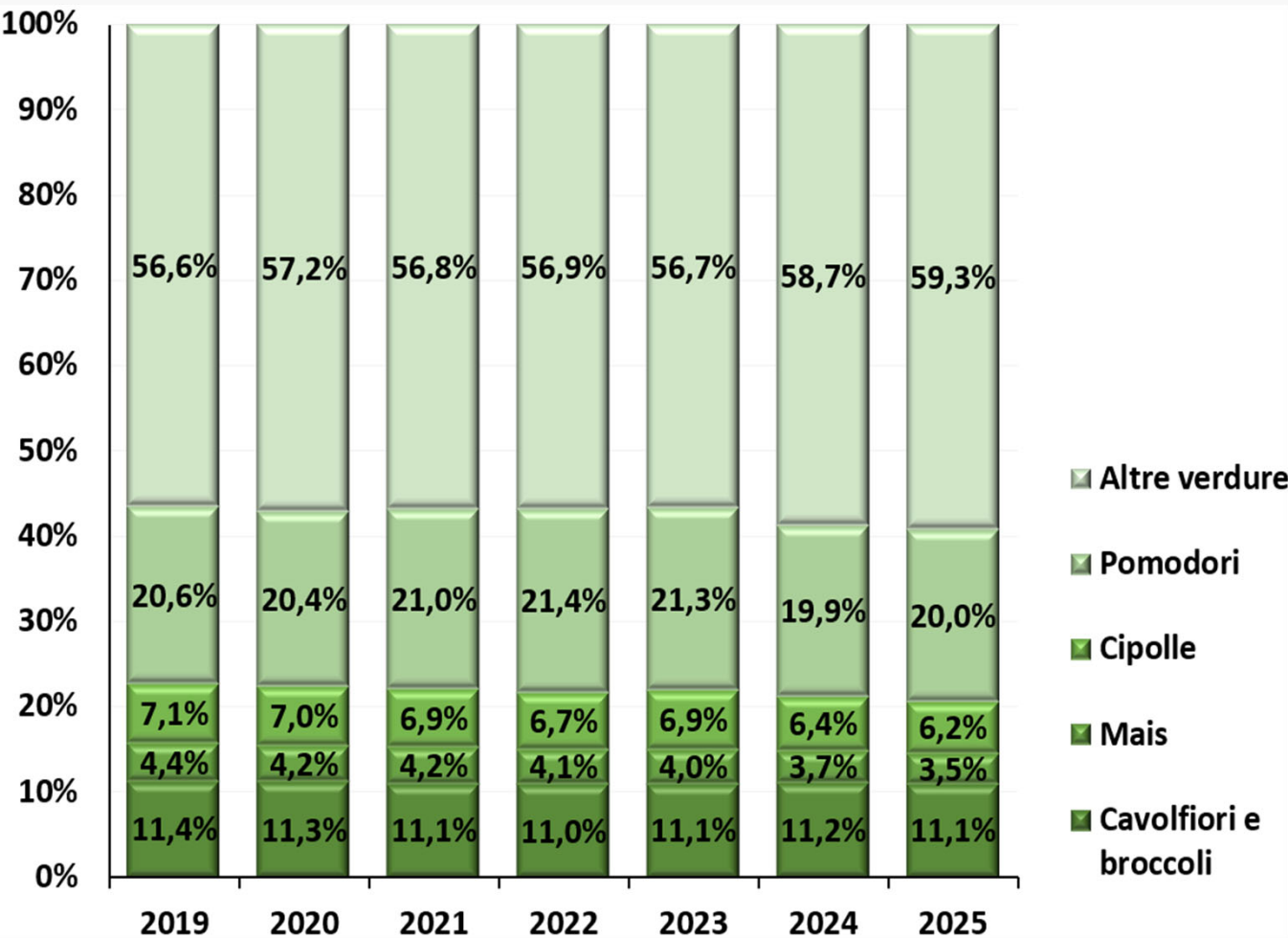


Il mercato della verdura fresca in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



L'analisi dei valori di vendita della verdura fresca in Italia per tipologia di prodotto mostra che, nel 2025, il segmento più rilevante è quello dei **pomodori**, che rappresenta il 20,0% del mercato, pari a 2,2 miliardi di euro. Si tratta di una quota leggermente inferiore rispetto al 20,6% registrato nel 2019. Segue il comparto dei **cavolfiori e broccoli**, che nel 2025 incide per l'11,1% del totale (circa 1,1 miliardi di euro), in lieve calo rispetto all'11,4% del 2019. Tra le altre categorie, le **cipolle** rappresentano il 6,2% delle vendite nel 2025 (pari a 683,3 milioni di euro), in diminuzione rispetto al 7,1% del 2019. Anche il **mais** mostra una contrazione, passando dal 4,4% del 2019 al 3,5% del 2025 (poco più di 390 milioni di euro). Il restante 59,3% del valore complessivo delle vendite di verdura fresca nel 2025 è attribuibile a un insieme eterogeneo di altre tipologie di verdure, che nel loro complesso costituiscono la maggior parte del mercato. Il quadro evidenzia un mercato molto frammentato, dove anche le categorie principali mostrano leggere flessioni di quota. Questo suggerisce una **crescente diversificazione dei consumi**: i prodotti tradizionalmente dominanti mantengono un ruolo centrale, ma perdono terreno a favore di un paniere più ampio di verdure, probabilmente trainato da nuove abitudini alimentari e da una maggiore varietà dell'offerta.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%-
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

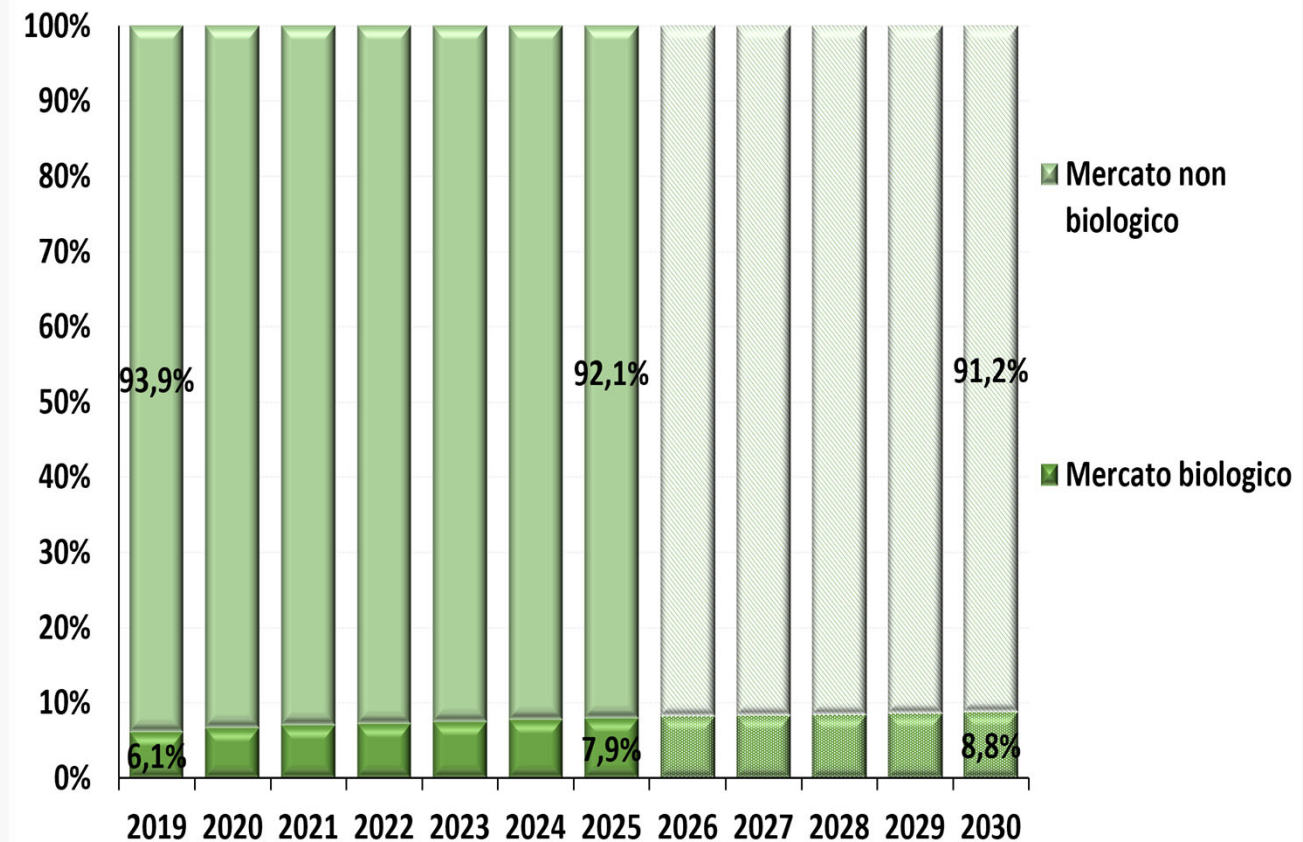


Il mercato della verdura biologica in Italia per volumi di vendita totali (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il 92,1% dei volumi complessivi di verdura fresca venduti sul mercato nazionale è riconducibile a produzioni non biologiche, mentre il segmento certificato **biologico rappresenta una quota pari al 7,9% del totale**. Come già rilevato nel comparto della frutta fresca, pur trattandosi di una componente ancora contenuta rispetto al mercato complessivo, tale incidenza mostra una dinamica espansiva nel confronto con il periodo precedente. In particolare, nel 2019 i volumi di vendita di verdura da agricoltura biologica non superavano il 6,1% del totale, a fronte di un'incidenza del 93,9% attribuibile al comparto convenzionale. Questa evoluzione riflette un progressivo cambiamento nei comportamenti di acquisto delle famiglie italiane. Nello specifico, **la maggiore diffusione di informazioni nutrizionali, l'attenzione verso diete equilibrate e la crescente visibilità dell'offerta biologica nei canali della distribuzione moderna contribuiscono a sostenere l'espansione del comparto**, pur in presenza di un differenziale di prezzo che continua a rappresentare un fattore di selettività della domanda. Nello scenario previsionale 2026-2030, sempre secondo i modelli di *Euromonitor International*, **la quota di mercato della verdura da agricoltura biologica è attesa in ulteriore crescita**, fino a raggiungere l'8,8% dei volumi complessivi.

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DI VENDITA TOTALI DEL MERCATO BIO DELLA VERDURA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) -%-
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di frutta italiana: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



La domanda estera di frutta italiana si mantiene su livelli elevati (oltre 2,3 miliardi di dollari), con una lieve flessione nell’ultimo anno che non altera il trend di medio periodo. La Germania domina il mercato (29% del totale), seguita da Francia, Austria e Svizzera, che costituiscono il principale nucleo di domanda europea. L’Europa centrale si conferma il bacino di assorbimento prevalente, con dinamiche particolarmente positive in Austria. **Il comparto mostra caratteristiche di maturità, con oscillazioni contenute e una domanda strutturalmente stabile nei mercati tradizionali.**

LE IMPORTAZIONI DI FRUTTA FRESCA IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - *valori assoluti in milioni di USD e %* -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 08 - FRUTTA E FRUTTA A GUSCIO COMMESTIBILI)

PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
GERMANIA	539	612	755	633	712	672	-5,5%	29,0%
FRANCIA	170	195	205	178	199	200	0,8%	8,6%
AUSTRIA	148	127	148	129	177	196	10,8%	8,5%
SVIZZERA	123	140	167	148	175	177	1,3%	7,6%
SPAGNA	97	107	126	119	134	141	4,8%	6,1%
REGNO UNITO	84	83	106	104	125	127	1,2%	5,5%
POLONIA	123	140	139	108	124	123	-0,8%	5,3%
BELGIO	40	42	56	65	73	63	-14,8%	2,7%
OLANDA	39	39	43	42	51	51	-0,2%	2,2%
DANIMARCA	43	43	45	43	44	49	11,0%	2,1%
ALTRI	407	393	465	465	514	520	1,2%	22,4%
TOTALE	1.812	1.922	2.256	2.035	2.329	2.320	-0,4%	100%

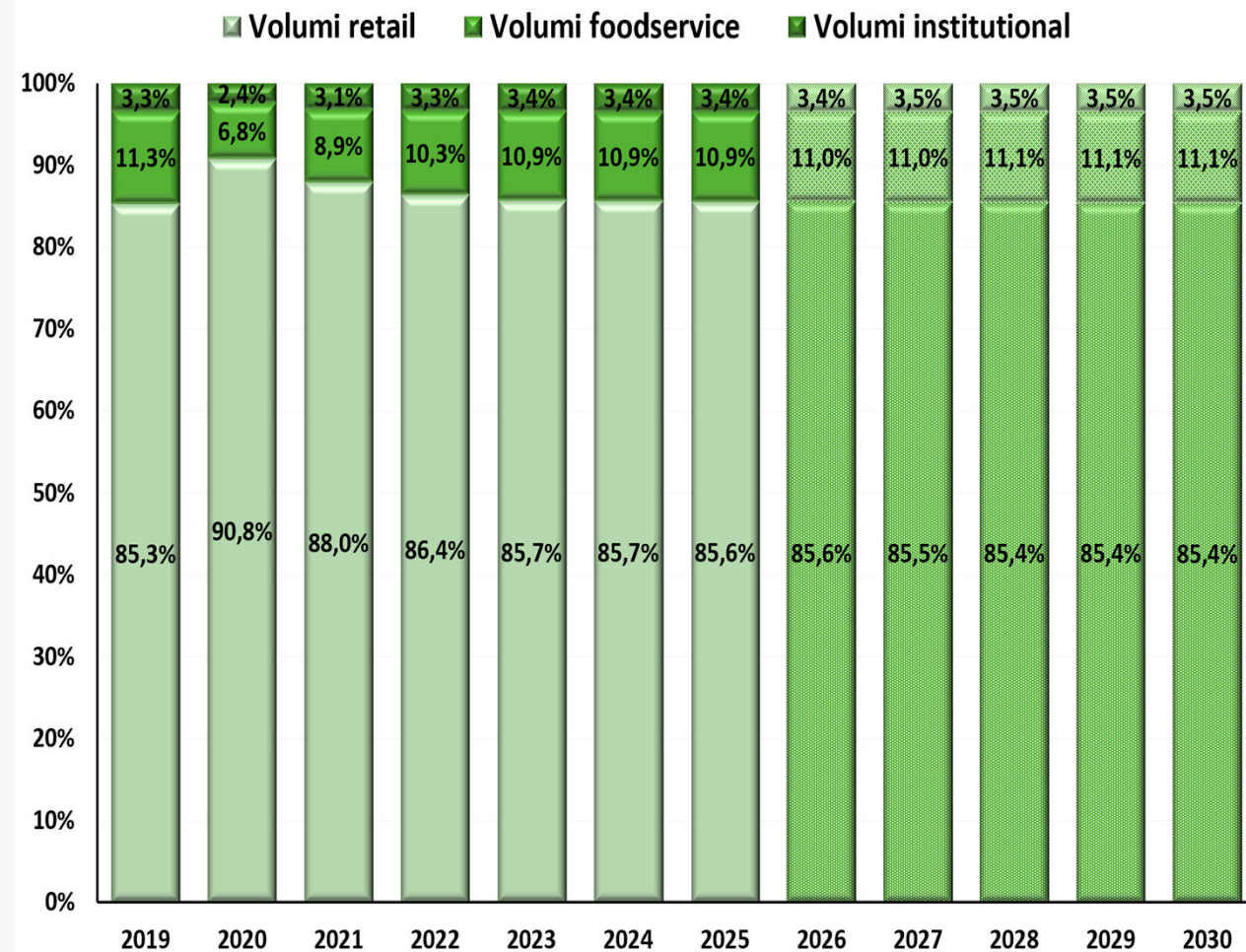
Il mercato della frutta fresca in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato della frutta fresca in Italia, in volumi, evidenzia una marcata predominanza del canale *retail*, che si mantiene stabilmente sopra l'85% dei volumi complessivi. Il picco del 90,8% registrato nel 2020 è direttamente riconducibile alle restrizioni alla mobilità e alla chiusura del canale *Horeca* durante la fase più acuta della pandemia, che hanno determinato un trasferimento straordinario dei consumi verso l'ambito domestico. Nel quinquennio successivo si osserva un graduale riequilibrio, con il *foodservice* che recupera fino al 10,9% nel 2025, sostenuto dalla ripresa dei flussi turistici, dal ritorno alla ristorazione collettiva e dalla diffusione di modelli di consumo salutistici nei servizi di ristorazione. Il canale istituzionale rimane stabile attorno al 3-3,4%, confermando un ruolo marginale ma strutturalmente rilevante, in particolare nei programmi di alimentazione scolastica e sanitaria. **Nel periodo previsionale 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione per canale si mantiene sostanzialmente stabile, con il *retail* attorno all'85,4% e il *foodservice* poco sopra l'11%. Tale configurazione riflette la natura del consumo di frutta fresca, fortemente legata alla sfera domestica e alla quotidianità alimentare. La limitata crescita del *foodservice* è spiegabile con il ruolo accessorio della frutta nei pasti fuori casa, sebbene si osservino margini di sviluppo nel segmento della ristorazione salutistica dell'offerta di snack freschi *ready-to-eat*.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)

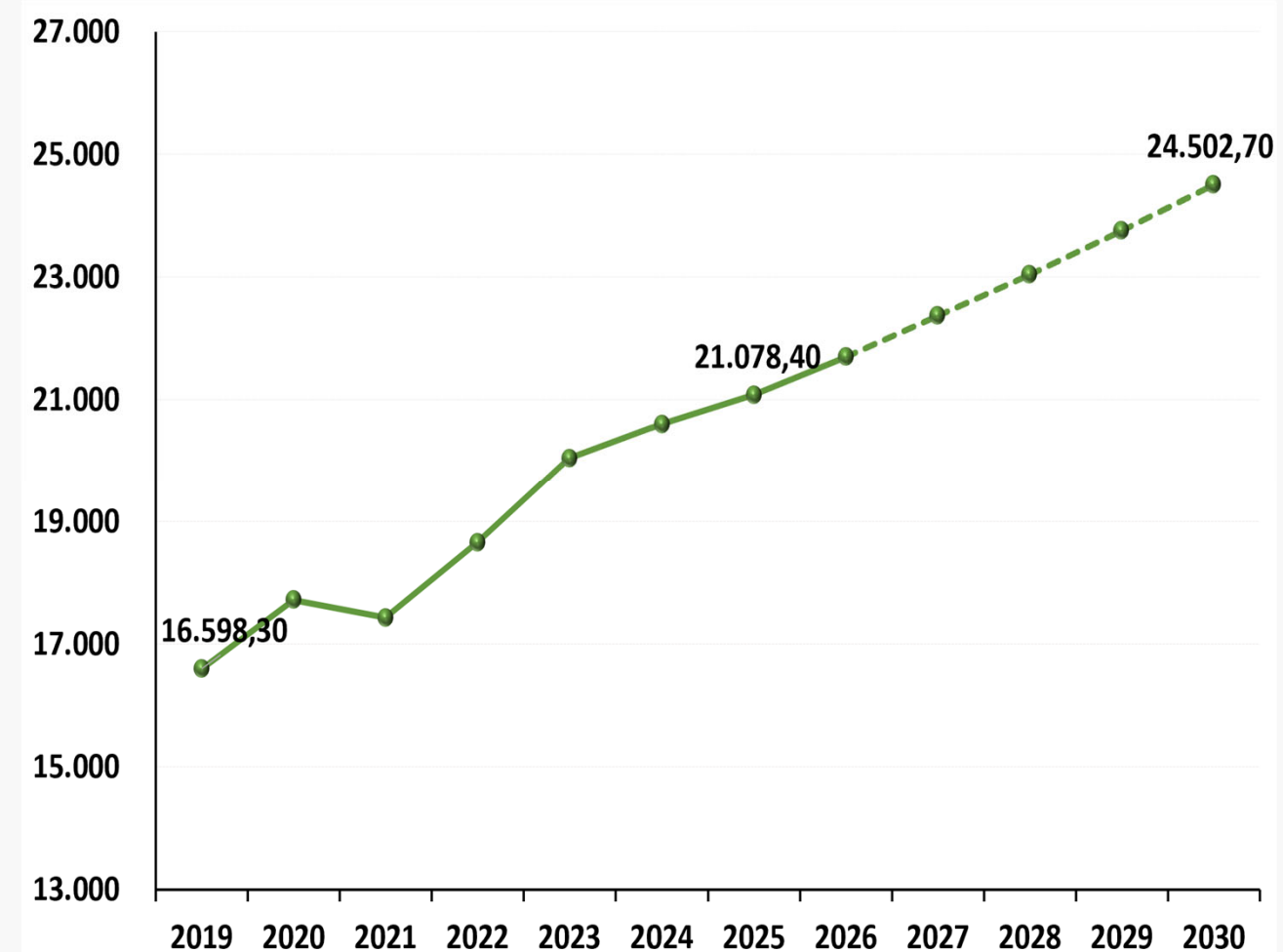


Il mercato della frutta fresca in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* della frutta fresca in Italia cresce da 16.598 a 21.078 milioni di euro, registrando un incremento significativo sostenuto da fattori sia congiunturali sia strutturali. Da un lato, **l'aumento dei costi di produzione legati ai cambiamenti climatici, alla scarsità idrica e all'incremento dei costi energetici ha determinato un rialzo dei prezzi al consumo**; dall'altro, la crescente attenzione dei consumatori verso regimi alimentari salutarì, naturali e funzionali ha rafforzato la domanda. L'espansione delle referenze biologiche, a residuo zero e ad alto contenuto nutrizionale ha contribuito ad accrescere il valore medio unitario del prodotto, mentre la valorizzazione delle produzioni locali e di stagione ha rafforzato il legame tra consumo e territorio. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato è previsto in crescita fino a 24.503 milioni di euro. Tale dinamica sarà sostenuta dall'evoluzione dei modelli alimentari orientati alla prevenzione sanitaria, dall'invecchiamento della popolazione e dalla differenziazione di prodotto, che punta a migliorare gusto, conservabilità e valore nutrizionale.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA FRUTTA FRESCA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di euro -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti dagli agricoltori: frutta fresca (giugno 2020-giugno 2025)

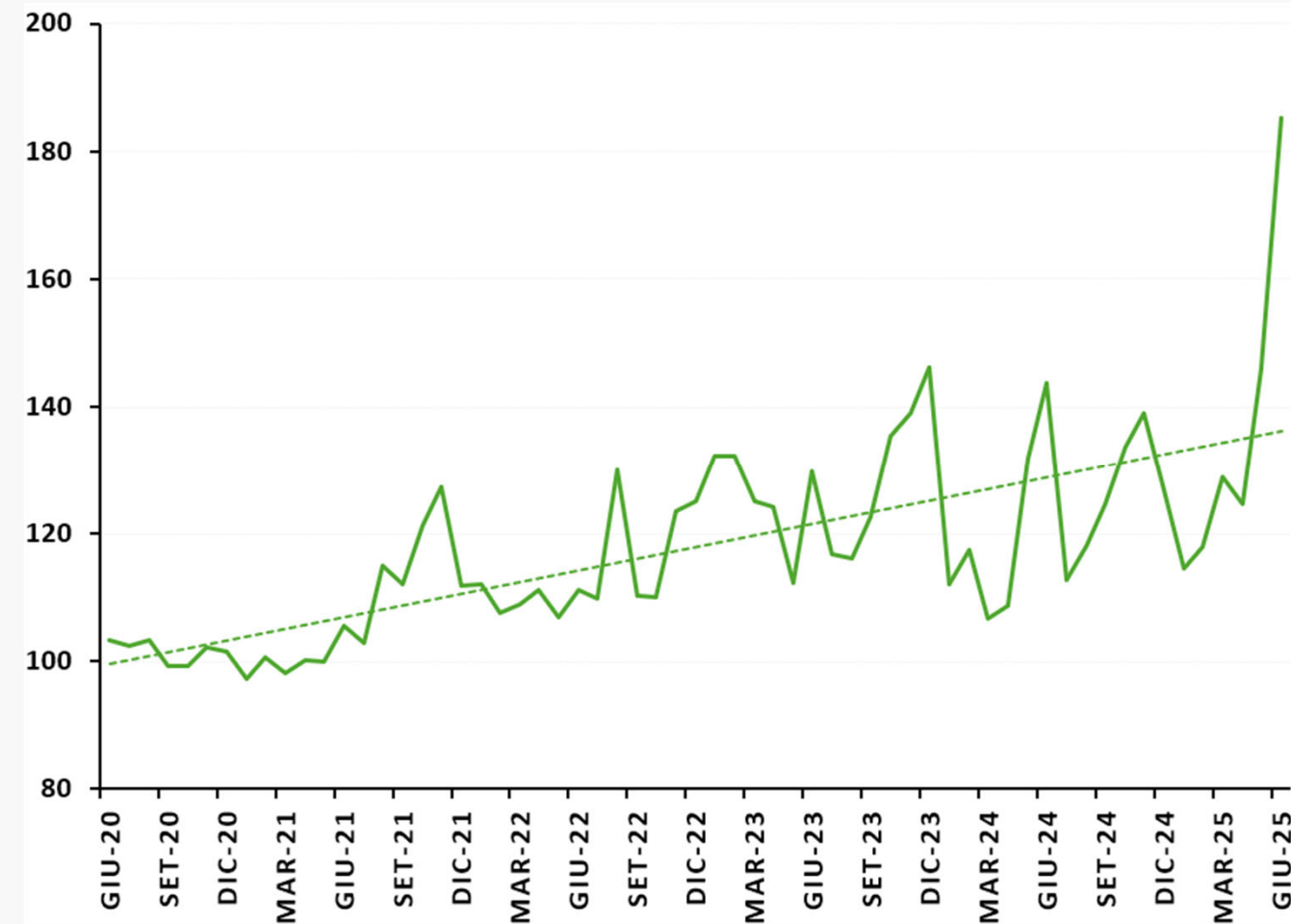


L'indice dei prezzi alla produzione della frutta mostra un tendenza in crescita nel medio periodo, con una progressiva accelerazione a partire dal 2022 e livelli particolarmente elevati nei primi sei mesi del 2025. Dopo una fase di stabilità tra il 2020 e il 2021, il biennio successivo evidenzia un rafforzamento dei prezzi, in parte legato al recupero produttivo successivo agli eventi climatici avversi che avevano ridotto l'offerta nel 2023. Il report ISTAT evidenzia come nel 2024 la produzione di frutta sia aumentata del +10,8%, segnando un recupero significativo rispetto all'anno precedente. In questo contesto, la combinazione di domanda sostenuta e offerta non sempre regolare ha contribuito a mantenere elevati i prezzi alla produzione. L'aumento dei prezzi ha avuto effetti positivi sui valori di vendita del comparto frutticolo, rafforzando la capacità delle imprese e delle cooperative di generare valore lungo la filiera. Tuttavia, **la volatilità osservata evidenzia la necessità di strumenti di gestione del rischio e di investimenti in innovazione varietale e resilienza climatica.**

I PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI DAGLI AGRICOLTORI:

FRUTTA FRESCA – numeri indice 2010=100 -

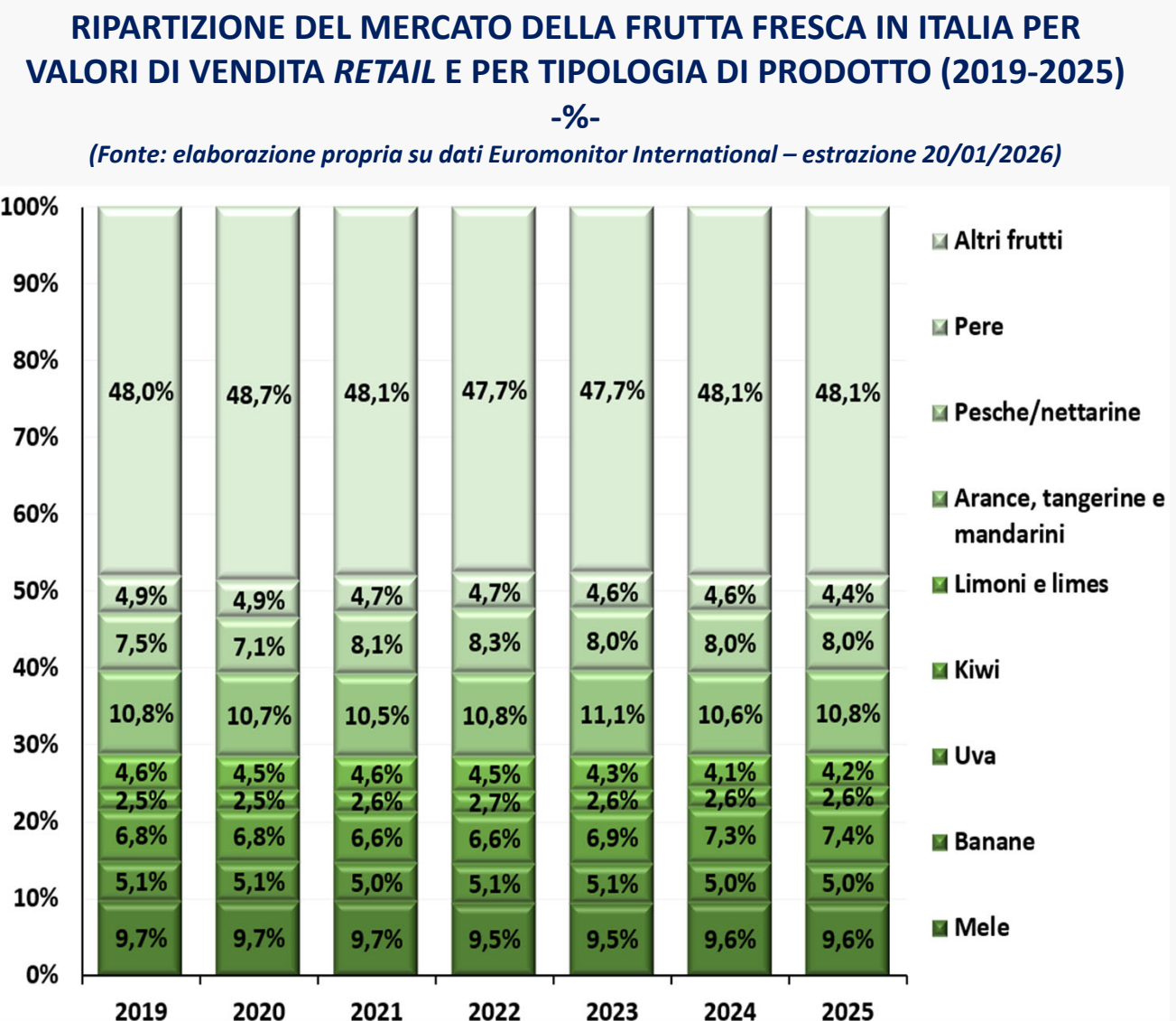
(Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT – estrazione 18/02/2026)



Il mercato della frutta fresca in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



L'analisi dei valori di vendita della frutta fresca in Italia per tipologia di prodotto mostra che, nel 2025, il segmento più rilevante è quello delle **arance, tangerine e mandarini**, che rappresenta il 10,8% del mercato, pari a 2,3 miliardi di euro. Seguono le **mele**, con una quota del 9,6% (circa 2,0 miliardi di euro), e il comparto delle **pesche/nettarine**, che incide per l'8,0% del totale, corrispondente a 1,7 miliardi di euro. Tra le altre categorie di frutta fresca, l'**uva** copre il 7,4% del mercato (circa 1,6 miliardi di euro), mentre le **banane** rappresentano il 5,0% (pari a 1,1 miliardi di euro). Le **pere** incidono per il 4,4% del totale (circa 924,4 milioni di euro), seguite da **limoni e lime**, che raggiungono il 4,2% (circa 881 milioni di euro). I **kiwi** pesano invece per il 2,6%, con un valore di 544,7 milioni di euro. Il restante 48,1% del mercato della frutta fresca nel 2025 è attribuibile ad altre tipologie di frutti, che nel loro insieme costituiscono quasi metà del valore complessivo delle vendite. La distribuzione delle quote evidenzia un mercato molto frammentato, dove nessuna categoria domina in modo assoluto. I prodotti più rilevanti superano di poco il 10% del valore totale, mentre quasi metà del mercato è composta da una pluralità di frutti minori. Questo suggerisce **un settore caratterizzato da ampia varietà dell'offerta e da consumi diversificati, con opportunità di crescita sia per i segmenti principali sia per le nicchie ad alto potenziale.**



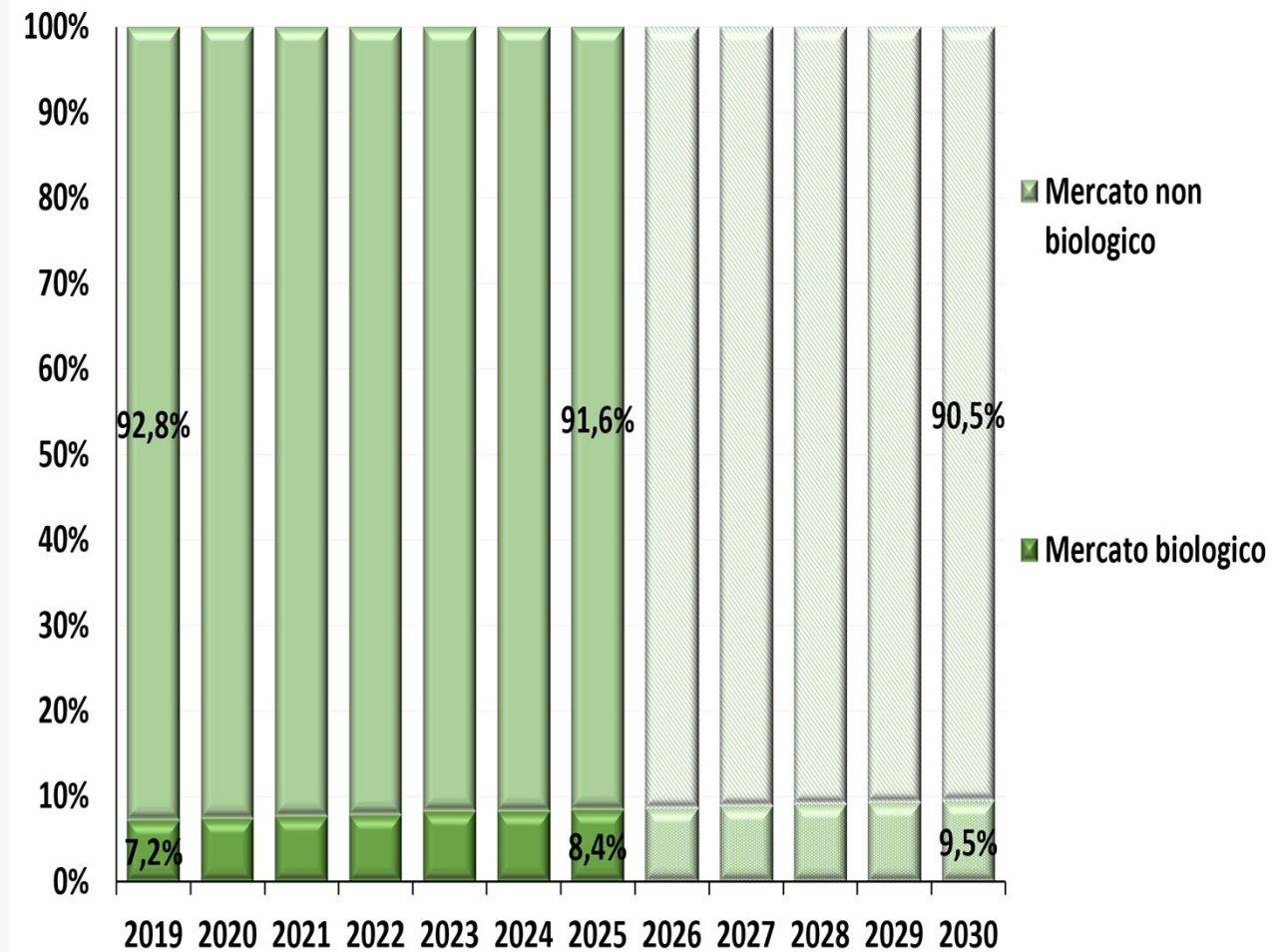
Il mercato della frutta biologica in Italia per volumi di vendita totali (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



L'analisi della ripartizione del mercato della frutta fresca in Italia per volumi di vendita evidenzia una forte predominanza delle produzioni da agricoltura convenzionale. Nel 2025, infatti, il 91,6% dei volumi commercializzati sul mercato nazionale proviene da coltivazioni non biologiche, mentre la frutta certificata biologica rappresenta l'8,4% del totale. Pur rimanendo una quota minoritaria, **il segmento biologico mostra un trend di crescita costante rispetto al periodo pre-pandemico**: nel 2019 la sua incidenza non superava il 7,2%, contro il 92,8% attribuibile al convenzionale. L'aumento osservato si inserisce in un contesto di trasformazione delle preferenze dei **consumatori, sempre più attenti alla salubrità degli alimenti, alla sostenibilità ambientale e alla tracciabilità delle filiere**. Le previsioni per il periodo 2026-2030, basate sui modelli di *Euromonitor International*, indicano un'ulteriore espansione del biologico, che dovrebbe raggiungere una quota del 9,5% dei volumi complessivi entro il 2030. Si delinea così un consolidamento graduale ma costante dell'interesse dei consumatori italiani verso prodotti più sostenibili. **Il biologico cresce lentamente ma con continuità**, segno che la domanda non è più una moda passeggera ma un orientamento strutturale. La sfida per il settore sarà trasformare questa crescita percentuale in un vero salto di scala, mantenendo al contempo prezzi accessibili e standard qualitativi elevati.

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DI VENDITA TOTALI DEL MERCATO BIO DELLA FRUTTA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)





Il mercato della frutta e della verdura trasformata: un quadro di sintesi

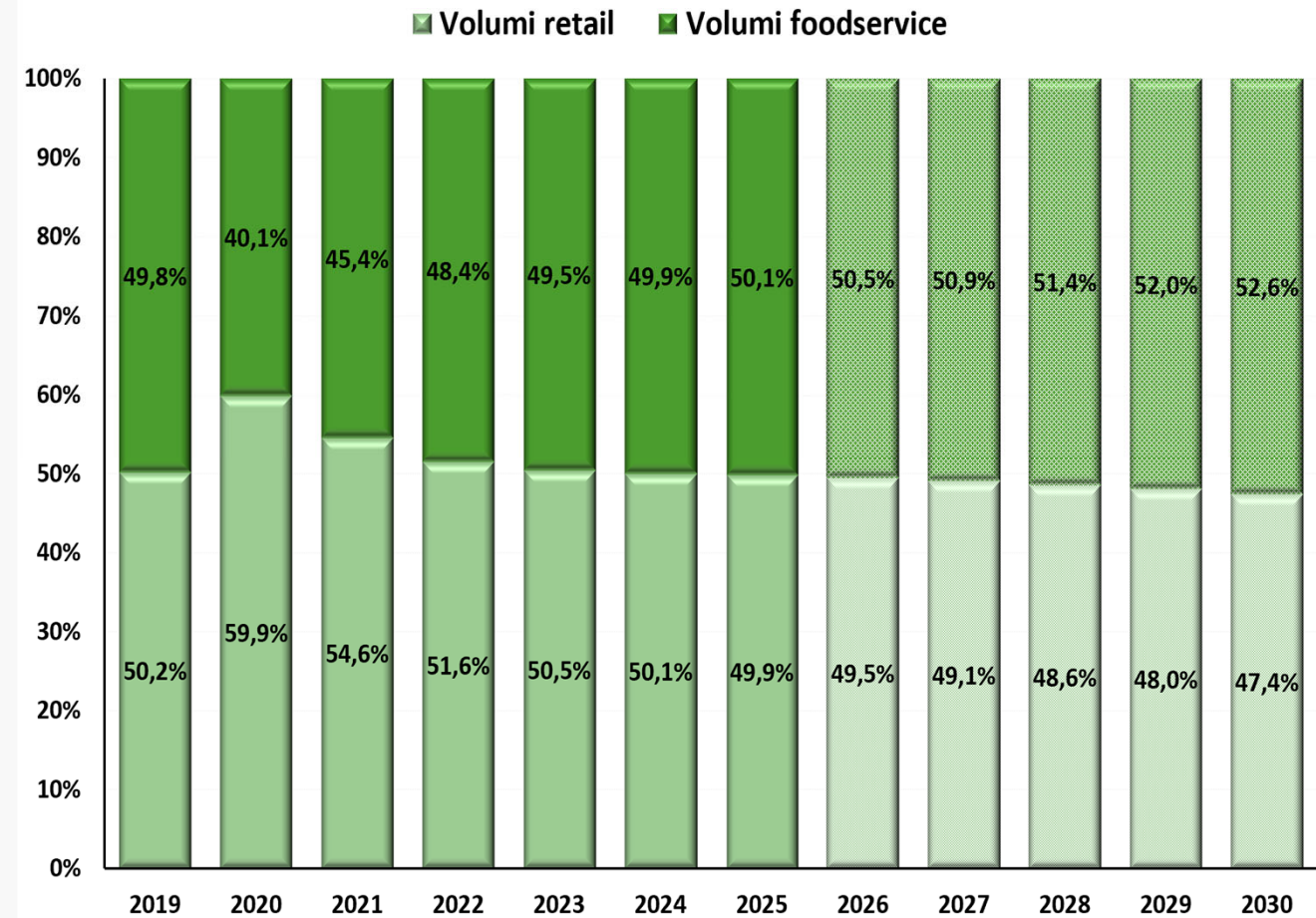
- 1. La dinamica della domanda mondiale di frutta e verdura trasformata:** Nel periodo 2019-2025 il mercato mondiale dei prodotti ortofrutticoli trasformati e congelati mostra un equilibrio tra *retail* e *foodservice*, con una temporanea prevalenza del *retail* nel 2020 dovuta all'accumulo domestico durante la pandemia. Nei due anni successivi il *foodservice* recupera progressivamente fino a tornare al 50,1% nel 2025 grazie alla ripresa della ristorazione globale. Le previsioni 2026-2030 indicano un ulteriore rafforzamento del *foodservice* fino al 52,6%, sostenuto dall'urbanizzazione e dall'espansione delle catene organizzate nei paesi emergenti. Il *retail* continua comunque a beneficiare della domanda di prodotti pratici, sicuri e a lunga conservazione in un contesto di stili di vita più dinamici. Sul fronte del valore, il mercato globale cresce da 546,7 a 772,1 miliardi di dollari tra 2019 e 2025, trainato dall'aumento dei redditi, dall'espansione della classe media e dalla diffusione del *convenience food*. La pandemia consolida il ruolo dei prodotti trasformati nella sicurezza alimentare domestica. Entro il 2030 il valore raggiungerà 923,4 miliardi di dollari grazie all'innovazione nei processi di conservazione, al miglioramento qualitativo e alla maggiore sostenibilità delle filiere. L'integrazione tra canali fisici e digitali e lo sviluppo dell'e-commerce contribuiscono ulteriormente all'espansione del settore. Nel complesso il mercato conferma una crescita solida e strutturale, sostenuta dall'evoluzione dei consumi e dal progresso tecnologico.
- 2. La dinamica del mercato italiano della frutta e verdura trasformata:** Nel mercato italiano dei prodotti ortofrutticoli in conserva, tra 2019 e 2025 il retail domina stabilmente fino all'80,6%, dopo il picco dell'88% nel 2020 legato all'accumulo domestico durante la pandemia, mentre il *foodservice* risale al 19,4% con la ripresa della ristorazione. Nel periodo 2026-2030 la struttura dei canali si mantiene stabile, con i prodotti in conserva che restano un bene strategico per convenienza, lunga *shelf-life* e riduzione degli sprechi. Il valore retail sale da 898,3 a 1.251,9 milioni di euro entro il 2025, sostenuto da inflazione dei costi e riscoperta della cucina domestica, e continua a crescere fino a 1.380,5 milioni nel 2030 grazie a innovazione, packaging sostenibile e attenzione alla tracciabilità. Nel 2025 la verdura conservata guida il mercato con il 30,8%, seguita dalle conserve di pomodoro e dal forte aumento dei fagioli in scatola, mentre la frutta in conserva cala per motivi salutistici. Per i prodotti congelati, il periodo 2019-2025 mostra una parità tra retail e *foodservice*, con picco del retail nel 2020 e successivo riequilibrio grazie alla riapertura della ristorazione. Nel 2026-2030 il *foodservice* cresce fino al 50,8%, sostenuto da turismo, ristorazione collettiva e modelli alimentari orientati alla praticità. Il valore retail dei congelati aumenta da 1.084,6 a 1.371,4 milioni di euro entro il 2025 e raggiunge 1.487,9 milioni nel 2030 grazie a tecnologie di surgelazione, nuove esigenze familiari e digitalizzazione dei canali. Nel mercato dei congelati la verdura domina con il 78,7% del valore, mentre le patate trasformate crescono rapidamente e la frutta rimane marginale. Dal lato distributivo, nel 2019-2025 i supermercati restano centrali con il 49,2%, mentre discount ed e-commerce guadagnano terreno grazie alla sensibilità al prezzo e alla trasformazione digitale, imponendo al sistema cooperativo nuove strategie competitive.

Il mercato mondiale della frutta e verdura in conserva e congelata: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)

Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il **mercato mondiale dei prodotti ortofrutticoli trasformati e congelati**, in termini di volumi, **evidenzia un sostanziale equilibrio tra *retail* e *foodservice***, con una leggera prevalenza del *retail* nel 2019 (50,2%). Il rafforzamento del *retail* nel 2020 (59,9%) è chiaramente associato all'accumulo domestico di scorte durante la pandemia e alla necessità di garantire sicurezza alimentare e lunga conservazione. Nel periodo successivo si osserva un progressivo riequilibrio, con il *foodservice* che recupera terreno fino al 50,1% nel 2025, sostenuto dalla ripresa della ristorazione globale e dalla crescente domanda di ingredienti standardizzati, sicuri e facilmente gestibili nei processi di preparazione. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il ***foodservice* è previsto in progressivo rafforzamento** fino al 52,6%. Tale dinamica è coerente con i **processi di urbanizzazione e con l'espansione della ristorazione organizzata nei paesi emergenti**, dove i prodotti trasformati rappresentano una soluzione efficiente per la gestione dei costi, la riduzione degli sprechi e la standardizzazione dell'offerta. Parallelamente, il *retail* continuerà a beneficiare della domanda di prodotti pratici e a lunga conservazione, in un contesto di stili di vita sempre più dinamici.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA TRASFORMATI E CONGELATI NEL MONDO PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Il mercato mondiale della frutta e verdura in conserva e congelata: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)

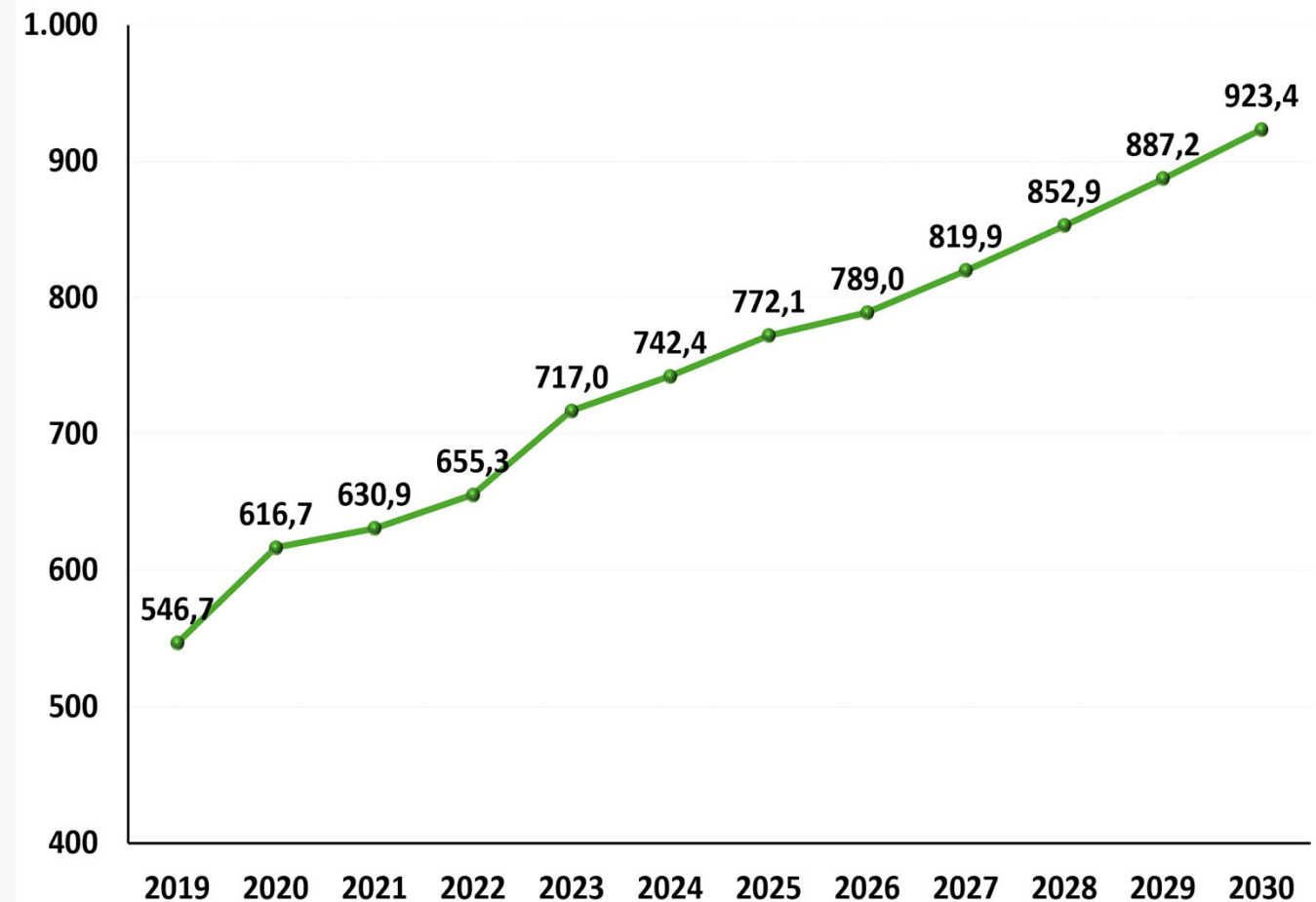


Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il **valore *retail* mondiale dei prodotti ortofrutticoli trasformati e congelati cresce** da 546,7 a 772,1 miliardi di dollari, evidenziando una dinamica espansiva significativa. Tale crescita è sostenuta dall'**aumento del reddito disponibile nelle economie emergenti, dall'espansione della classe media urbana e dalla crescente domanda di alimenti pratici e pronti al consumo**. La pandemia ha accelerato l'adozione di questi prodotti, consolidandone il ruolo nella **sicurezza alimentare domestica e nella gestione delle scorte**. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato è previsto in crescita fino a 923,4 miliardi di dollari. L'espansione sarà trainata dall'innovazione tecnologica nei processi di conservazione, dal miglioramento della qualità nutrizionale dei prodotti trasformati e dalla crescente attenzione alla sostenibilità delle filiere. L'integrazione tra canali fisici e digitali e lo sviluppo dell'*e-commerce* alimentare contribuiranno ulteriormente alla crescita del valore.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA MONDIALE IN CONSERVA E CONGELATA (2019-2025)

E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti, miliardi di dollari* -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



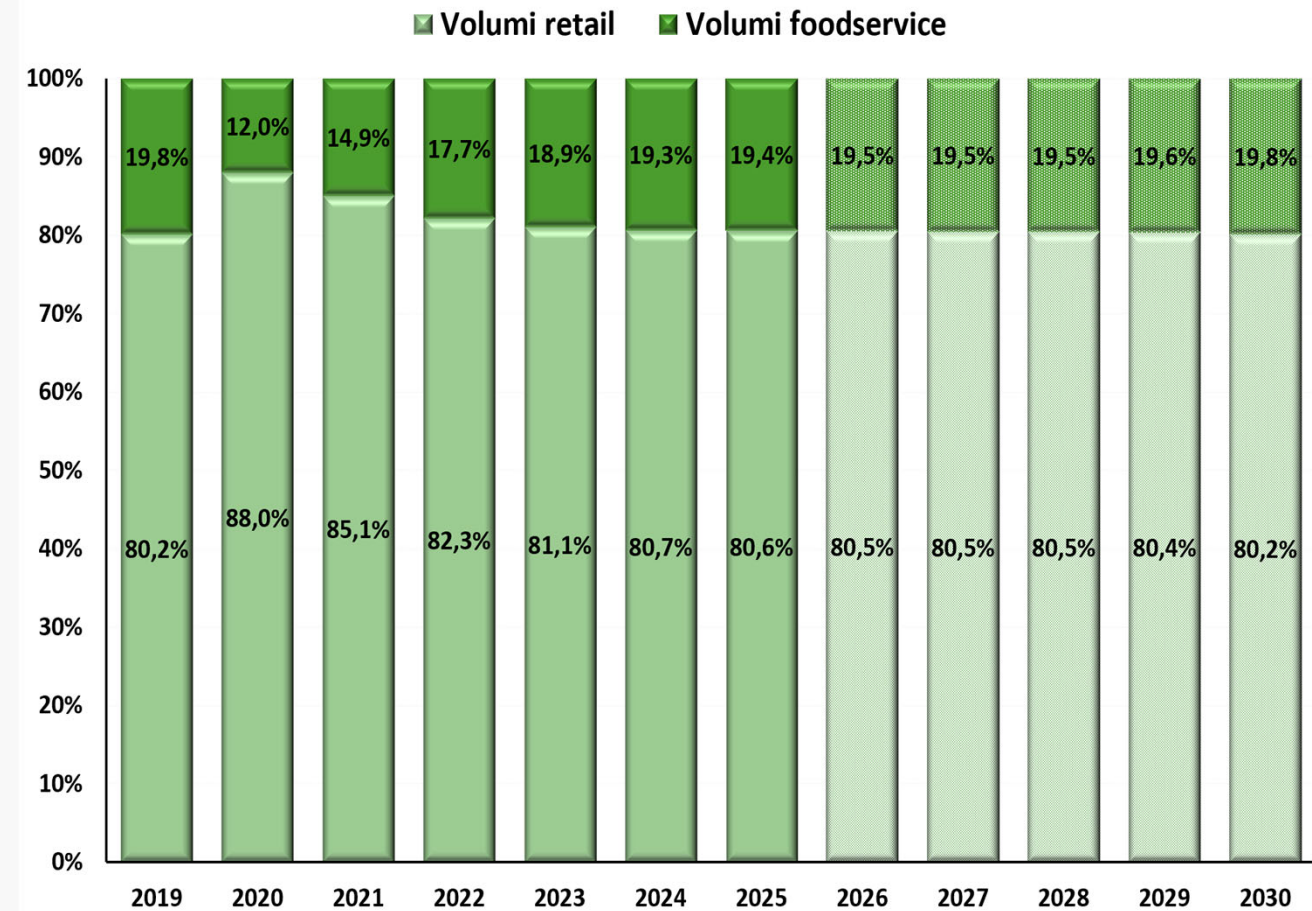
Il mercato della frutta e della verdura in conserva in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato italiano dei prodotti ortofrutticoli in conserva evidenzia una netta prevalenza del canale *retail*, che si attesta all'80,6% nel 2025. Il picco dell'88% nel 2020 riflette la funzione di questi prodotti come beni di scorta durante le fasi di incertezza sanitaria ed economica. Nel periodo successivo, il *foodservice* recupera progressivamente fino al 19,4%, sostenuto dalla ripresa della ristorazione e dalla crescente diffusione di preparazioni rapide che utilizzano ingredienti conservati per garantire standard qualitativi costanti. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la struttura dei canali rimane sostanzialmente stabile. **I prodotti in conserva continuano a svolgere un ruolo strategico nelle economie domestiche, grazie alla loro accessibilità economica, alla lunga conservazione e alla versatilità d'uso, caratteristiche particolarmente rilevanti in un contesto di incertezza economica e di crescente attenzione alla riduzione degli sprechi alimentari.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA IN CONSERVA IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Il mercato della frutta e della verdura in conserva in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)

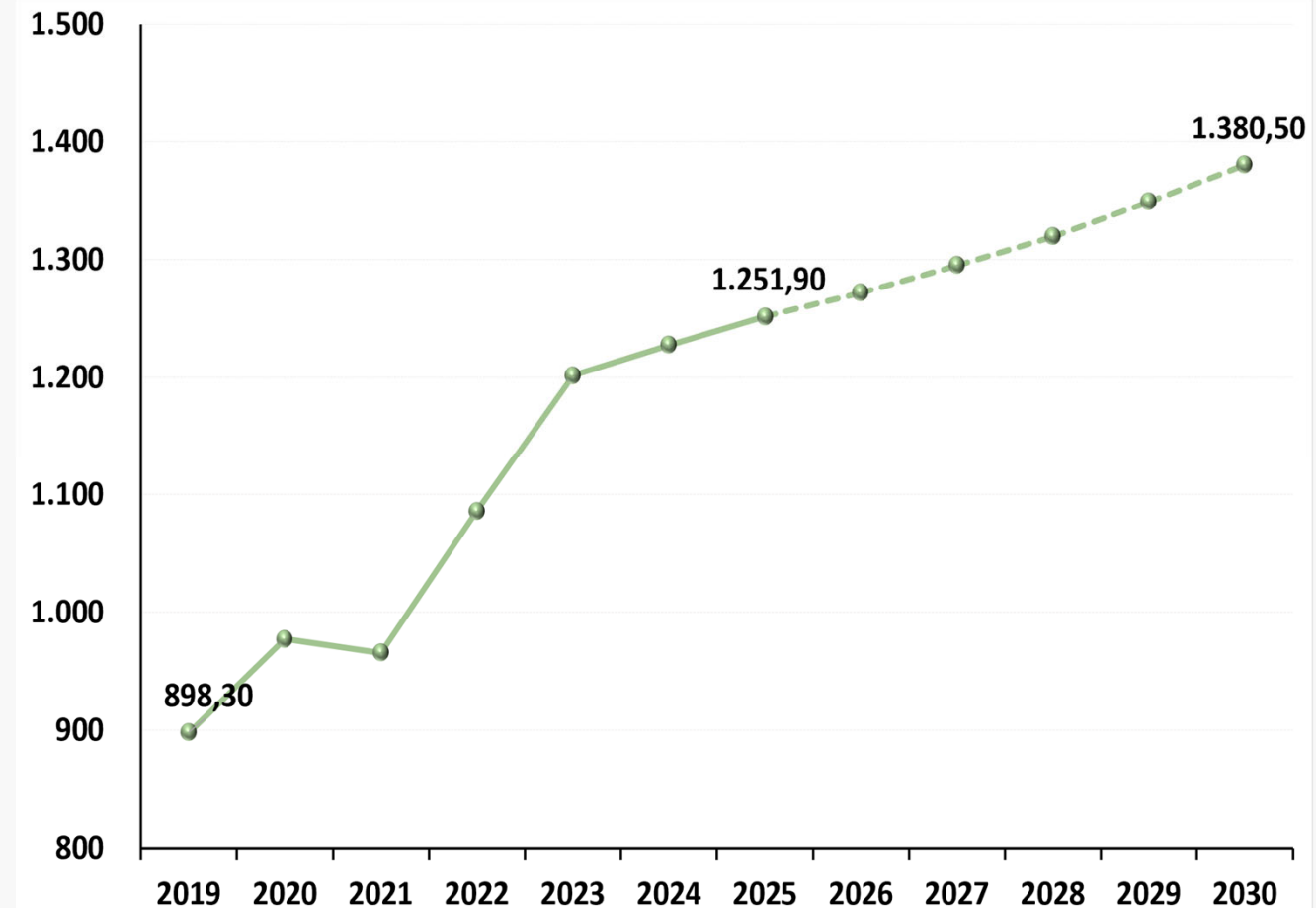


Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* dei prodotti ortofrutticoli in conserva in Italia cresce da 898,3 a 1.251,9 milioni di euro, evidenziando un'espansione significativa che riflette sia fattori congiunturali sia trasformazioni strutturali dei modelli di consumo. L'aumento dei prezzi delle materie prime agricole, dei costi energetici e dei materiali di imballaggio ha contribuito all'incremento del valore unitario, mentre la domanda ha beneficiato della riscoperta della cucina domestica e della pianificazione dei consumi alimentari in un contesto di incertezza economica. **I prodotti in conserva, grazie alla lunga *shelf-life* e alla versatilità d'uso, si confermano beni strategici nelle scelte di acquisto delle famiglie,** soprattutto in presenza di vincoli di reddito e di necessità di ridurre gli sprechi. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 1.380,5 milioni di euro. **La dinamica espansiva sarà sostenuta dall'innovazione di prodotto, dall'adozione di imballaggi sostenibili e riciclabili e dalla crescente attenzione dei consumatori verso l'origine e la tracciabilità delle materie prime.** In un contesto di volatilità dei prezzi agricoli e di pressione sui margini lungo la filiera, la capacità di differenziare l'offerta e di comunicare il valore territoriale dei prodotti rappresenterà un fattore competitivo cruciale.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA IN CONSERVA IN ITALIA (2019-2025)

E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti, milioni di euro* -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



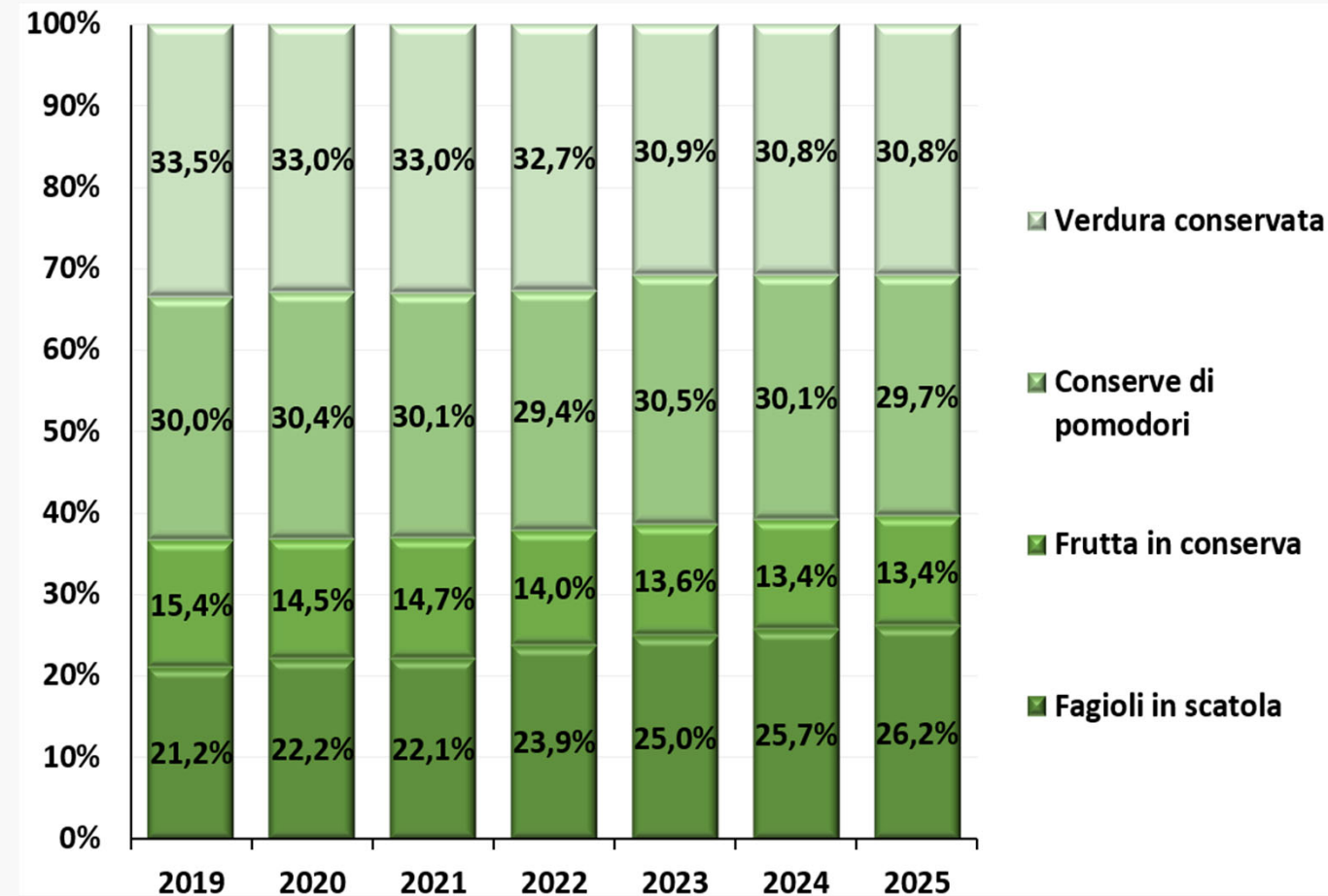
Il mercato della frutta e della verdura in conserva in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



Guardando ai valori di vendita della frutta e della verdura trasformata in Italia per tipologia di prodotto, emerge che nel 2025 **la quota più rilevante è rappresentata dalla verdura conservata**, che detiene il 30,8% del mercato, pari a 385,3 milioni di euro. Si tratta di una lieve riduzione rispetto al 2019, quando la categoria raggiungeva il 33,5% del totale. Una quota di poco inferiore al 30% (pari a 371,6 milioni di euro) è attribuibile al comparto delle **conserve di pomodoro**, anch'esso in leggero calo rispetto al 2019. Tra le altre categorie, si distingue il segmento dei **fagioli in scatola**, che nel 2025 rappresenta il 26,2% del mercato (pari a 327,4 milioni di euro), in netto aumento rispetto al 21,2% del 2019. **Si ridimensiona invece la categoria della frutta in conserva**, che scende al 13,4% nel 2025 (pari a 167,6 milioni di euro) rispetto al 15,4% registrato nel 2019. Complessivamente, i dati delineano un mercato in evoluzione, influenzato da nuove abitudini alimentari e da una crescente attenzione a praticità e valore nutrizionale. La flessione della frutta in conserva riflette invece **un consumo più contenuto di prodotti zuccherati o percepiti come meno salutari**.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA IN CONSERVA IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



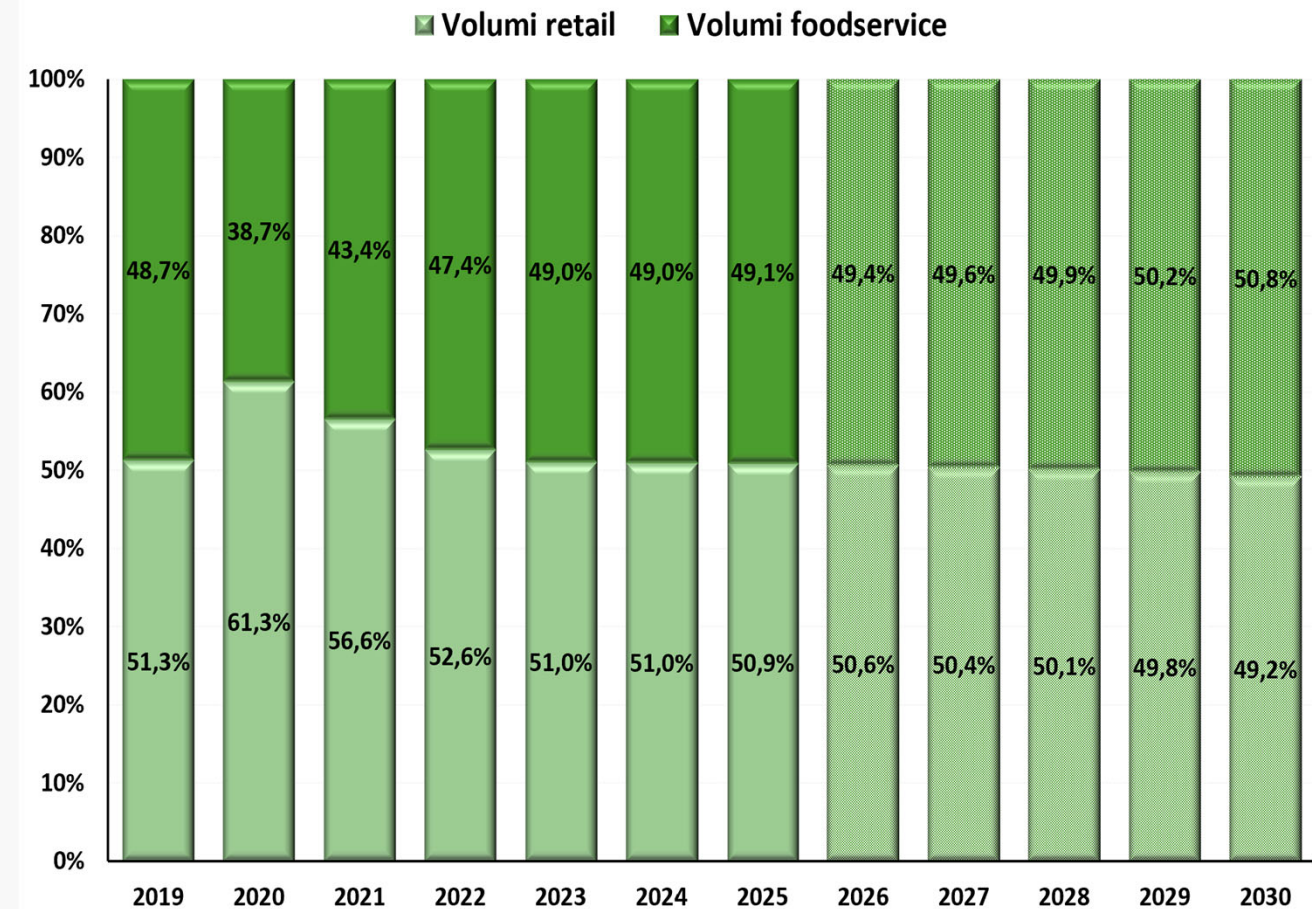
Il mercato della frutta e della verdura congelata in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato dei prodotti ortofrutticoli congelati in Italia evidenzia una sostanziale parità tra *retail* e *foodservice*, configurazione che riflette la natura trasversale di questi prodotti all'interno della filiera alimentare. Il rafforzamento del *retail* nel 2020, quando la quota supera il 60%, è riconducibile all'accumulo domestico di scorte e alla necessità di garantire continuità nell'approvvigionamento alimentare durante la fase pandemica. Nel periodo successivo si osserva un progressivo riequilibrio, con il *foodservice* che recupera terreno grazie alla riapertura della ristorazione, alla ripresa del turismo e alla crescente diffusione di modelli di ristorazione veloce e standardizzata. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il *foodservice* è previsto in lieve crescita fino al 50,8%, segnalando un rafforzamento strutturale della domanda professionale. Tale tendenza sarà sostenuta dall'espansione del turismo, dalla crescita della ristorazione collettiva e dalla **diffusione di modelli alimentari orientati alla praticità e alla riduzione degli sprechi, elementi che rendono i prodotti congelati particolarmente competitivi.**

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA CONGELATA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti* -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



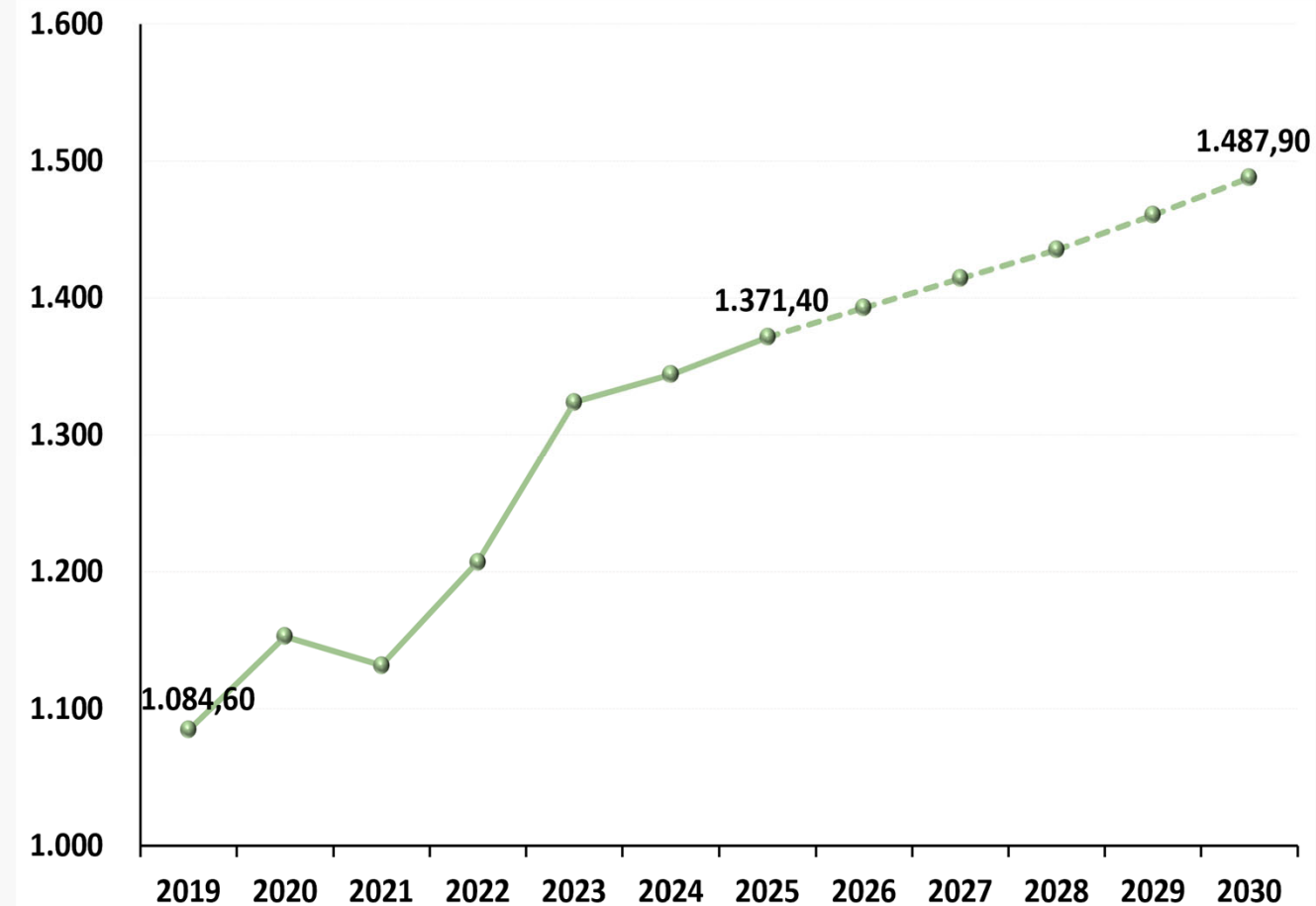
Il mercato della frutta e della verdura congelata in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il **valore *retail* dei prodotti ortofrutticoli congelati in Italia cresce da 1.084,6 a 1.371,4 milioni di euro**, evidenziando una dinamica positiva sostenuta da fattori demografici, sociali ed economici. **L'aumento della partecipazione femminile al mercato del lavoro, la diffusione di nuclei familiari di piccole dimensioni e la riduzione del tempo dedicato alla preparazione dei pasti hanno favorito la domanda di alimenti pratici e a elevato contenuto di servizio.** Inoltre, i **progressi nelle tecnologie di surgelazione hanno migliorato la qualità percepita dei prodotti**, riducendo il divario rispetto al fresco in termini di proprietà nutrizionali e organolettiche. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato è previsto in crescita fino a 1.487,9 milioni di euro. La dinamica espansiva sarà sostenuta dall'innovazione di prodotto, dall'attenzione alla sostenibilità degli imballaggi e dall'integrazione con canali di vendita digitali, che facilitano l'accesso dei consumatori a un'offerta sempre più ampia e diversificata. Tuttavia, la volatilità dei costi energetici, che incidono significativamente sui processi di surgelazione e conservazione, rappresenta un fattore di rischio per la redditività del comparto.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA CONGELATA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



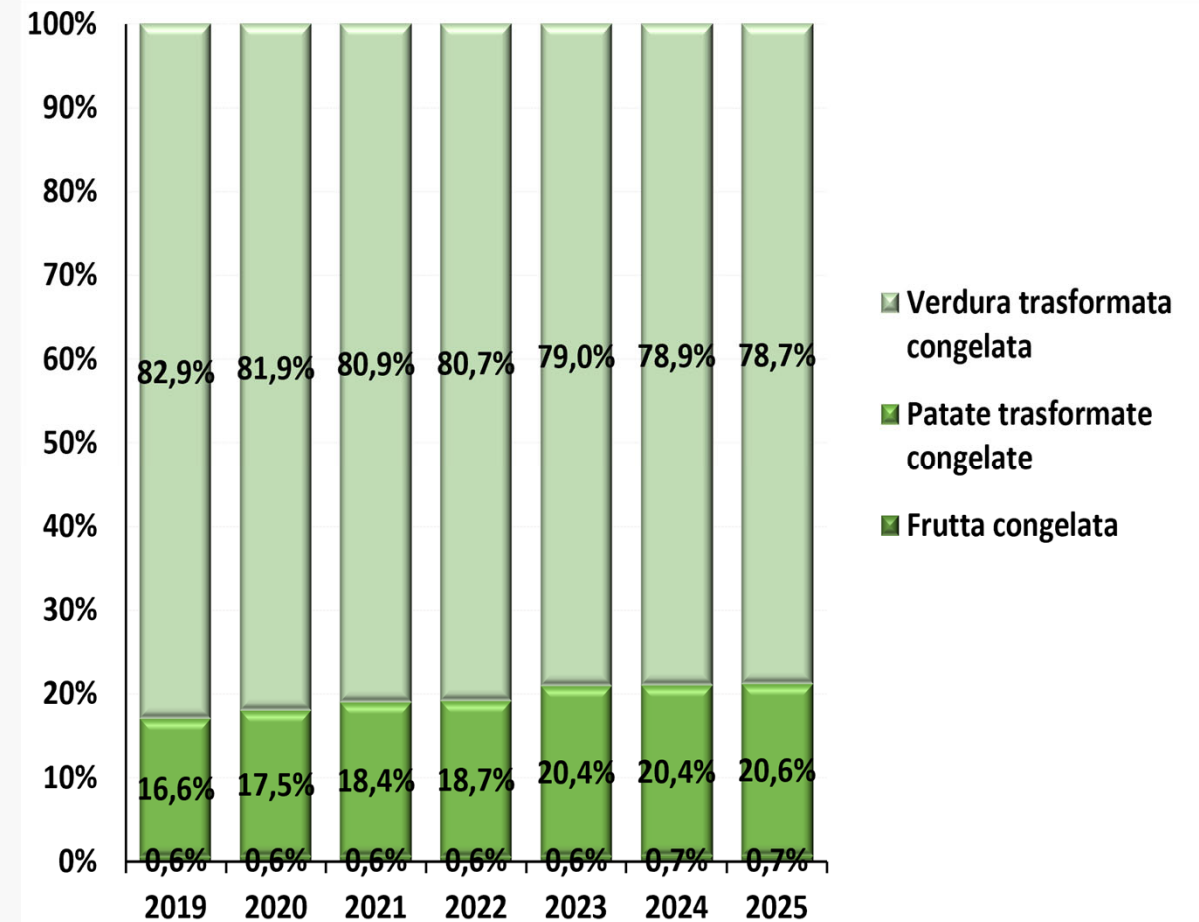
Il mercato della frutta e della verdura congelata in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



Considerando i valori di vendita della frutta e della verdura trasformata congelata in Italia per tipologia di prodotto, emerge una struttura di mercato fortemente concentrata sul comparto orticolo. Nel 2025, infatti, la quota prevalente è attribuibile alla verdura trasformata congelata, che rappresenta il 78,7% del valore complessivo del mercato, corrispondente a circa 1,1 miliardi di euro. Si tratta di un segmento largamente dominante, sebbene in lieve riduzione rispetto al 2019, quando la sua incidenza si collocava poco al di sotto dell'83% del totale. Più contenuta, ma in **significativa crescita**, risulta la quota riferita alle **patate trasformate congelate**, che nel 2025 raggiunge il 20,6% del totale, pari a 289,4 milioni di euro. Questo segmento evidenzia un'espansione rilevante rispetto al 16,6% registrato nel 2019, riflettendo l'evoluzione delle abitudini alimentari e la **crescente domanda di prodotti a elevato contenuto di praticità d'uso, tempi di preparazione ridotti e forte integrazione nei consumi domestici e nella ristorazione informale**. Decisamente marginale, invece, il comparto della frutta congelata, che nel 2025 rappresenta appena lo 0,7% del valore complessivo delle vendite, pari a 9,1 milioni di euro. Tale quota si mantiene sostanzialmente stabile lungo l'intero periodo di analisi, segnalando una domanda limitata e concentrata su specifici utilizzi, come la trasformazione domestica, la preparazione di dessert o bevande e alcuni segmenti della ristorazione.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA TRASFORMATA CONGELATA IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

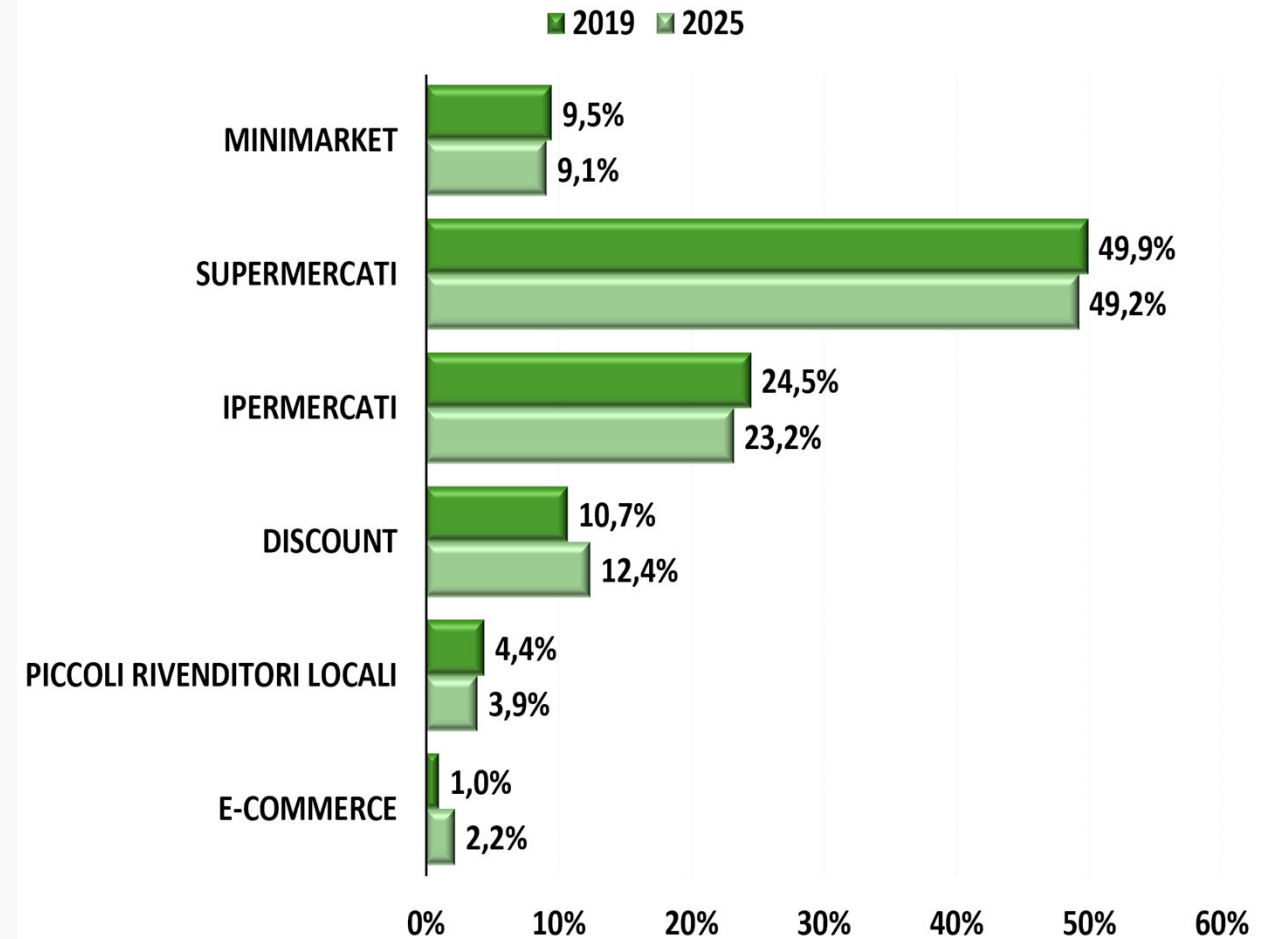


I canali distributivi della frutta e della verdura in conserva e congelata per valori di vendita *retail* (2019 e 2025)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione *retail* della frutta e verdura trasformata e congelata evidenzia la persistente centralità dei *supermercati*, che rappresentano il principale canale di vendita con una quota del 49,2% nel 2025. Tuttavia, si osservano segnali di trasformazione strutturale della rete distributiva. La crescita dei *discount*, dal 10,7% al 12,4%, riflette una crescente sensibilità al prezzo da parte dei consumatori, accentuata dall'inflazione alimentare e dalla riduzione del potere d'acquisto delle famiglie. Questo fenomeno comporta una **maggiore pressione sui margini lungo la filiera e richiede strategie di efficientamento e differenziazione dell'offerta, in particolare per le imprese cooperative**. Parallelamente, l'*e-commerce* raddoppia la propria quota, passando dall'1,0% al 2,2%, segnando un cambiamento strutturale nei comportamenti di acquisto. La diffusione dei servizi di consegna a domicilio, l'integrazione tra canali fisici e digitali e l'evoluzione delle piattaforme di vendita online stanno ridefinendo le modalità di accesso ai prodotti alimentari, favorendo la trasparenza dei prezzi e la comparabilità dell'offerta. Per il sistema cooperativo, ciò implica la **necessità di rafforzare la presenza nei canali emergenti, investire nella digitalizzazione e valorizzare gli elementi distintivi dell'offerta**, al fine di mantenere competitività in un contesto distributivo sempre più polarizzato.

LA DISTRIBUZIONE DELLA FRUTTA E VERDURA IN CONSERVA E CONGELATA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* (2019 e 2025) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)





Il mercato dei prodotti lattiero-caseari



Il mercato dei prodotti lattiero-caseari: un quadro di sintesi

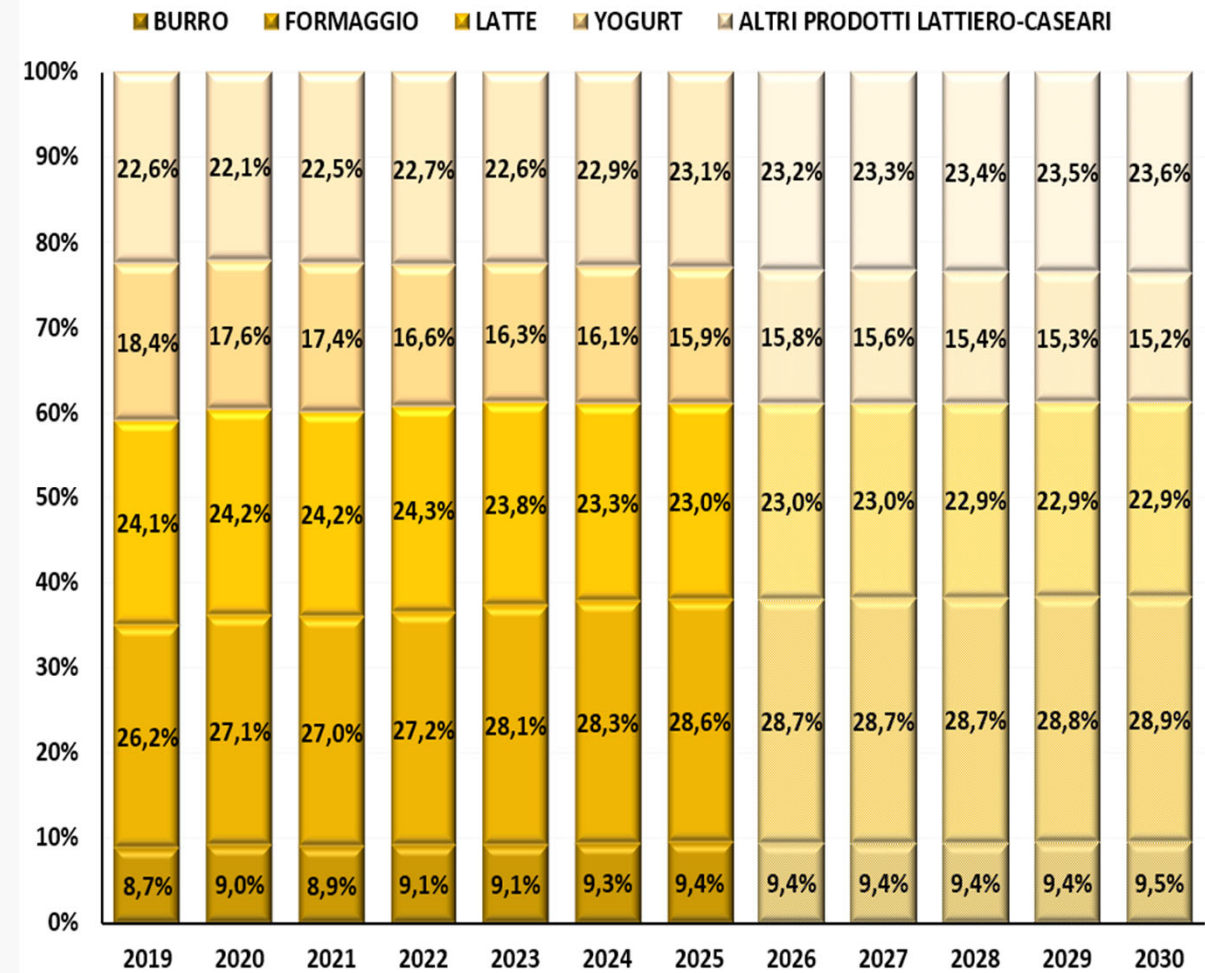
- 1. La dinamica della domanda mondiale di prodotti lattiero-caseari e la domanda estera di prodotti lattiero-caseari italiani:** Tra il 2019 e il 2025 il comparto lattiero-caseario mondiale cresce più in valore che in volume, segnalando un aumento del valore medio dovuto ai maggiori costi di produzione e all'evoluzione dell'offerta verso prodotti a più alto contenuto nutrizionale e funzionale. I formaggi risultano la categoria più dinamica, trainata dalla domanda di alimenti proteici e da un'innovazione orientata a praticità e qualità, mentre latte e burro mostrano crescite moderate e lo yogurt registra una contrazione nella composizione della domanda. Nel periodo 2026-2030 la crescita dovrebbe proseguire senza variazioni significative nella struttura della domanda, sostenuta dai mercati emergenti e dall'attenzione a sicurezza e tracciabilità. Nel periodo 2019-2024 la domanda internazionale di prodotti lattiero-caseari italiani mostra un andamento complessivamente espansivo, seppur differenziato per tipologia. I formaggi rappresentano il pilastro dell'export: le importazioni mondiali di formaggi italiani raggiungono 5,7 miliardi di dollari nel 2024, con una crescita continua e una forte concentrazione nei mercati europei (Francia, Spagna, Grecia, Austria, Germania), cui si affianca un progressivo ampliamento verso altri sbocchi. Il burro italiano, pur su dimensioni più contenute, sale fino a 97 milioni di dollari, con segnali di diversificazione geografica e l'emergere di mercati extra-UE come Tunisia e Corea del Sud. Anche lo yogurt evidenzia un'espansione, fino a 35 milioni di dollari, con una distribuzione ancora frammentata ma in ampliamento.
- 2. La dinamica del mercato italiano dei prodotti lattiero-caseari:** In Italia, nel 2025 il formaggio rappresenta il 52,4% del mercato e guida nettamente il comparto, mentre yogurt e latte mantengono un ruolo rilevante nei consumi quotidiani e le categorie minori restano più contenute ma stabili. L'orientamento del mercato italiano conferma una forte preferenza per prodotti ad alto valore aggiunto, alimentata da tradizione e capacità di innovazione. Nel periodo 2019-2025 il mercato italiano del burro mostra la prevalenza del *retail*, che si attesta al 63,3% dopo il picco del 2020 legato alla cucina domestica, mentre il *foodservice* recupera con la riapertura della ristorazione e del turismo. La distribuzione rimane stabile anche nel 2026-2030, riflettendo il duplice ruolo del burro come ingrediente professionale e prodotto domestico tradizionale. Il valore *retail* cresce da 402 a 509 milioni di euro entro il 2025 e prosegue fino a 580 milioni al 2030, sostenuto da costi produttivi in aumento, prodotti premium e filiere certificate. Nel comparto dei formaggi, il *retail* resta dominante oltre il 66%, con un picco nel 2020 e un successivo recupero del *foodservice* fino al 33,7% nel 2025. Il valore dei formaggi cresce con forza da 5,9 a 7,7 miliardi di euro entro il 2025, raggiungendo oltre 9 miliardi nel 2030 grazie a DOP, biologico e prodotti premium. Il formaggio trasformato vede una crescita del segmento spalmabile, mentre nei formaggi non trasformati prevalgono stabilmente le paste dure. Il mercato del formaggio biologico aumenta del 32% in volume e del 56% in valore tra 2019 e 2025, con ulteriori crescite previste al 2029 sostenute da sostenibilità e qualità percepita. Nel latte il *retail* scende dal picco del 2020 al 73,3% nel 2025, mentre il *foodservice* cresce trainato da bar e caffetterie; i valori di vendita sono in lieve calo per contrazione dei consumi. Lo yogurt cresce stabilmente da 2019 a 2030 grazie all'espansione dei segmenti funzionali e premium, con gli aromatizzati che superano il 60% del mercato. Nella distribuzione lattiero-casearia emergono discount ed e-commerce, mentre i supermercati restano il canale principale ma in progressivo riassetto.

Il mercato mondiale dei prodotti lattiero-caseari: valori di vendita *retail* per tipologia di mercato (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025 il comparto lattiero-caseario mondiale evidenzia una crescita dei valori superiore a quella dei volumi, segnalando un incremento del valore medio dei prodotti. Tale dinamica riflette sia pressioni sui costi di produzione (mangimi, energia, logistica) sia un'evoluzione dell'offerta verso referenze con maggiore contenuto qualitativo e funzionale. I formaggi risultano le categorie maggiormente in crescita (con un aumento di +2,6 punti percentuali della quota sul totale del valore delle vendite), sostenute dalla domanda di alimenti ricchi di proteine. L'offerta si articola in varianti che enfatizzano specifiche caratteristiche nutrizionali, maggiore contenuto proteico e praticità di consumo. Il latte, pur restando centrale in termini quantitativi, mostra una minore crescita. Anche il burro mostra una crescita moderata, mentre lo yogurt evidenzia un calo nella composizione della domanda di prodotti lattiero-caseari. Nello scenario previsionale (2026-2030) la dinamica dei prodotti lattiero-caseari a livello globale dovrebbe proseguire senza cambiamenti nella composizione della domanda. Nello specifico, **la crescita dei prodotti lattiero-caseari dovrebbe essere trainata dall'espansione della domanda nei mercati emergenti e dall'ulteriore evoluzione dell'offerta verso prodotti con maggiore valore nutrizionale, sicurezza e tracciabilità.**

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



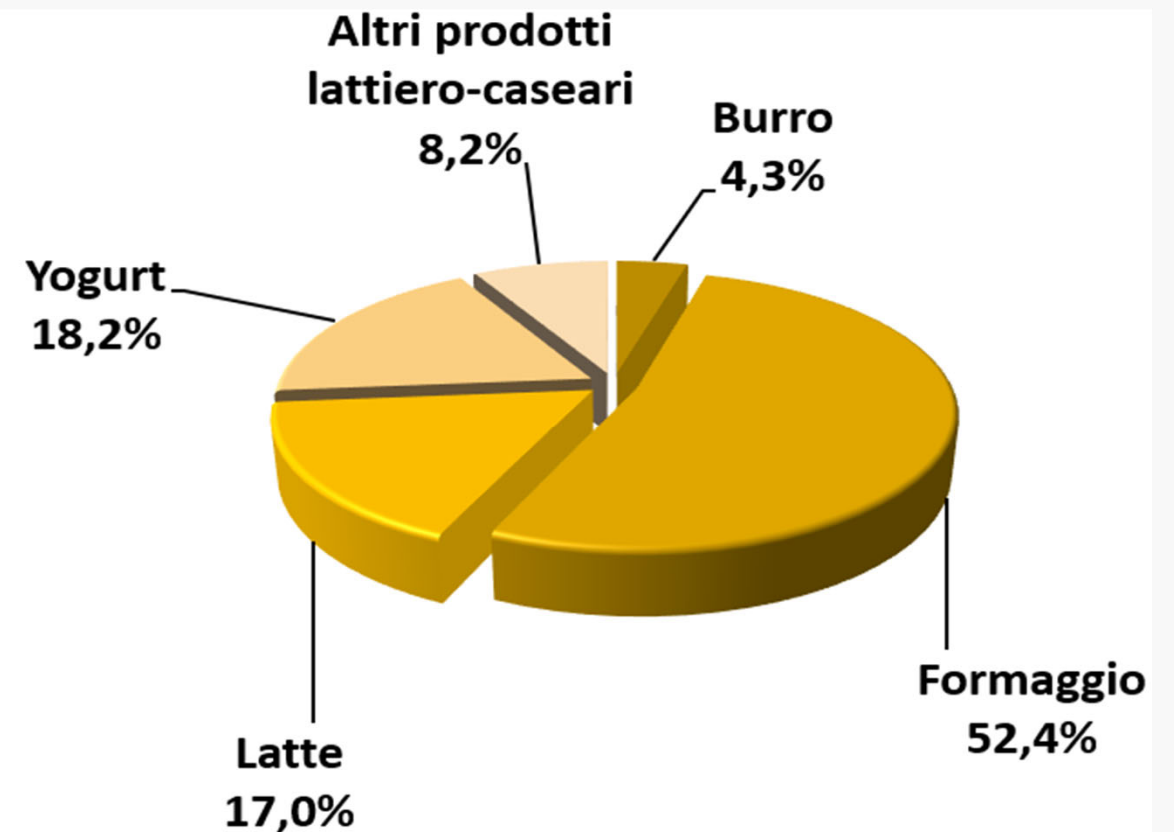
Il mercato lattiero-caseario in Italia per valori di vendita *retail* e per tipologia di prodotto (2025)



Considerando la ripartizione del mercato lattiero-caseario in Italia per tipologia di prodotto, nel 2025 la quota prevalente delle vendite è attribuita al formaggio, che rappresenta il 52,4% del totale, pari a 7,7 miliardi di euro. Seguono lo yogurt, con una quota del 18,5% (oltre 2,7 miliardi di euro), e il segmento del latte, che nel 2025 incide per il 17,0% delle vendite complessive, corrispondenti a 2,5 miliardi di euro. Gli altri prodotti lattiero-caseari costituiscono l'8,2% del mercato (circa 1,2 miliardi di euro), mentre al burro è riferita una quota residuale pari al 4,3% del totale, equivalente a 628,6 milioni di euro. Il mercato lattiero-caseario italiano si conferma fortemente trainato dal comparto dei formaggi, che da solo supera la metà del valore complessivo. Yogurt e latte mantengono un peso significativo, riflettendo consumi quotidiani consolidati, mentre le altre categorie - inclusi burro e derivati minori - ricoprono quote più contenute ma stabili. **La struttura del mercato evidenzia un forte orientamento verso prodotti ad alto valore aggiunto, come i formaggi, sostenuti sia dalla tradizione alimentare italiana sia dalla capacità del settore di innovare e differenziare l'offerta.**

RIPARTIZIONE DEL MERCATO LATTIERO-CASEARIO IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di burro italiano: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Le importazioni di burro italiano crescono gradualmente fino a 97 milioni di dollari, con un’espansione recente che segnala un rafforzamento della domanda. **Francia, Spagna e Grecia sono i principali mercati**, mentre la Germania riduce in modo sensibile il proprio peso relativo. Emergono **nuovi sbocchi extra-UE, come Tunisia e Corea del Sud**, con tassi di crescita rilevanti pur su volumi contenuti. Il comparto resta di dimensioni limitate ma mostra segnali di progressiva internazionalizzazione e diversificazione geografica.

LE IMPORTAZIONI DI BURRO IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 0405 - BURRO, INCLUSI BURRO DISIDRATATO E GHEE)

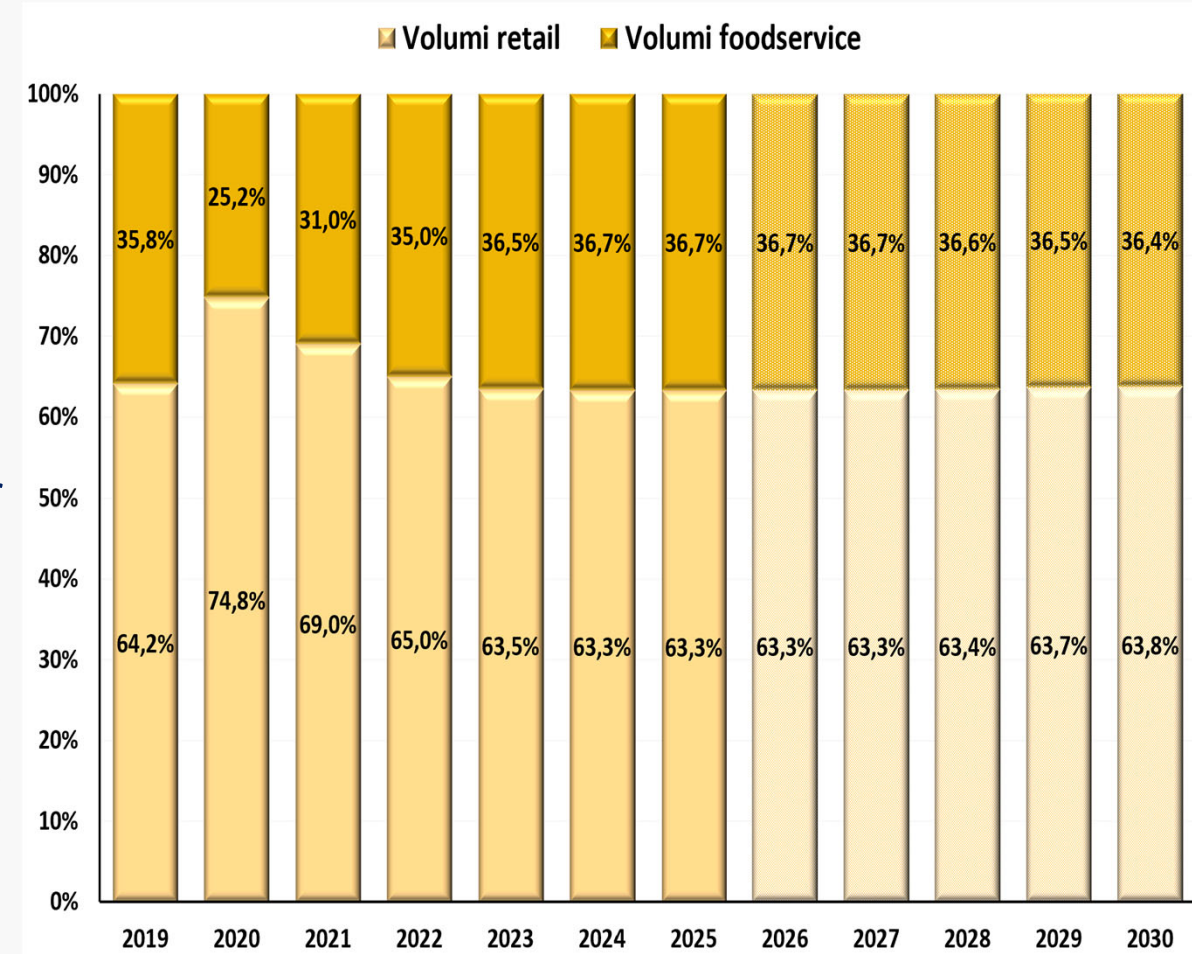
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
FRANCIA	3,5	1,4	0,8	4,7	7,3	14,8	103,2%	15,3%
SPAGNA	3,1	2,9	8,3	9,0	8,5	10,4	23,1%	10,8%
GRECIA	3,6	5,3	5,5	8,6	8,3	10,2	22,5%	10,5%
AUSTRIA	2,8	0,7	5,1	7,4	4,5	7,2	60,4%	7,4%
GERMANIA	32,4	27,0	14,3	16,1	13,9	5,8	-58,0%	6,0%
POLONIA	0,6	3,7	11,7	2,7	5,3	5,1	-2,7%	5,3%
ROMANIA	1,2	2,2	3,9	3,3	3,7	5,0	32,6%	5,1%
TUNISIA				0,2	3,6	4,7	30,1%	4,8%
COREA DEL SUD	1,7	2,0	4,4	5,3	3,9	4,2	8,0%	4,3%
CROAZIA	0,4	0,8	1,2	2,8	4,6	3,7	-20,5%	3,8%
ALTRI	16,0	18,5	27,6	33,7	28,3	25,9	-8,4%	26,7%
TOTALE	65,1	64,7	82,8	93,8	91,9	97,1	5,6%	100%

Il mercato del burro in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato del burro in Italia evidenzia una prevalenza del canale *retail*, che si attesta al 63,3% nel 2025, in lieve flessione rispetto al 64,2% del 2019 ma dopo il picco straordinario del 74,8% registrato nel 2020. Tale anomalia è direttamente riconducibile alle restrizioni pandemiche e al conseguente aumento della preparazione domestica di prodotti da forno, dolciari e ricette tradizionali, che hanno favorito l'utilizzo del burro nelle famiglie italiane. Nel periodo successivo si osserva un graduale riequilibrio con il canale *foodservice*, che recupera fino al 36,7% nel 2025, sostenuto dalla ripresa della ristorazione, del turismo e dei consumi legati alla pasticceria artigianale e alla ristorazione di qualità. Nel periodo previsionale 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la **distribuzione per canale si mantiene sostanzialmente stabile, con il *retail* poco sopra il 63% e il *foodservice* attorno al 36%**. Tale assetto riflette il duplice ruolo del burro nella filiera alimentare: ingrediente essenziale per l'industria dolciaria e per la ristorazione professionale, ma anche prodotto domestico legato alla tradizione culinaria. Per il sistema cooperativo, questa stabilità rappresenta un elemento di continuità che consente di programmare la produzione e valorizzare filiere territoriali legate alla trasformazione del latte.

I VOLUMI DEL MERCATO DEL BURRO IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



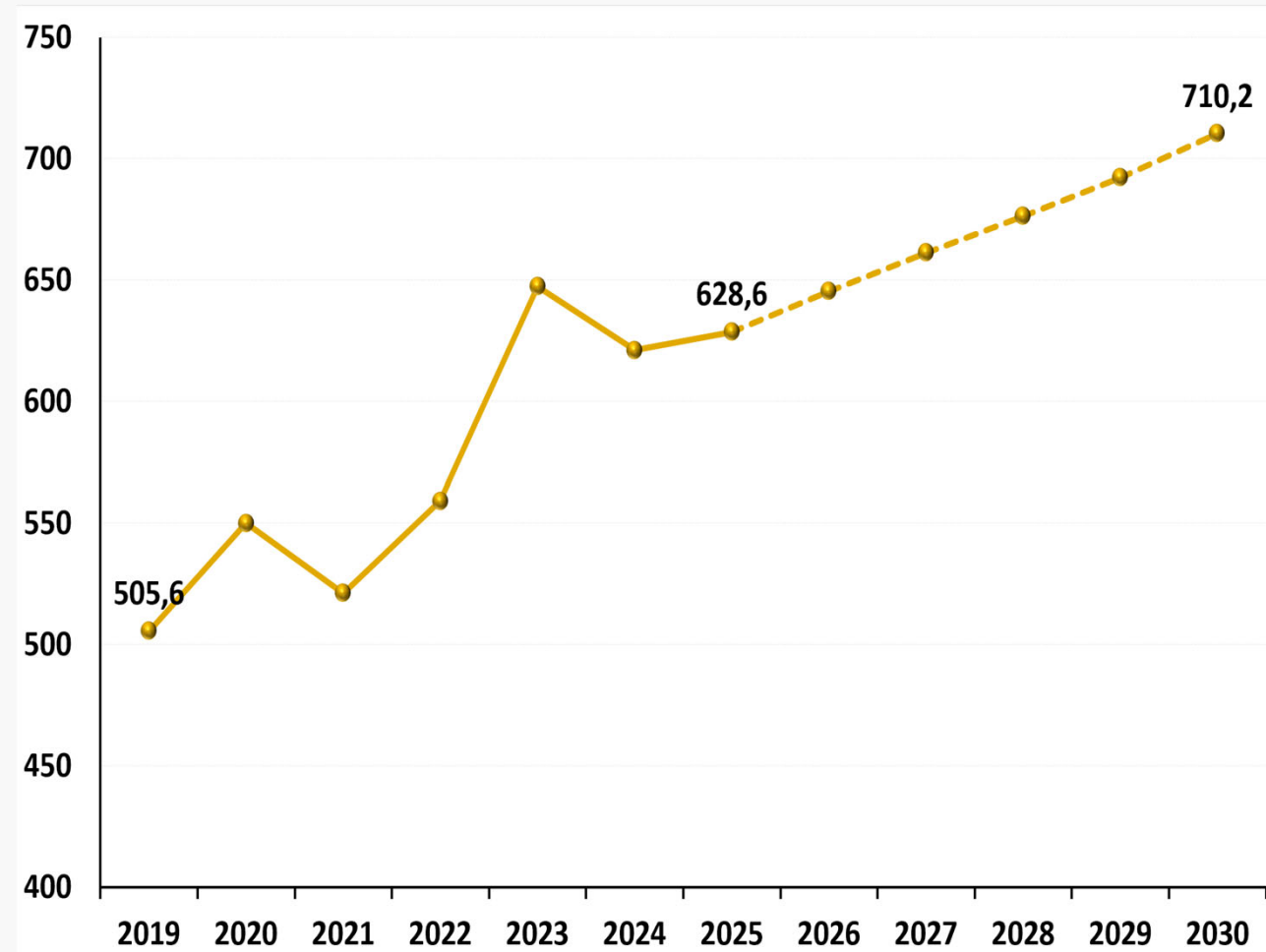
Il mercato del burro in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* del burro cresce da 402 a 509,2 milioni di euro, con un picco nel 2023 (523,7 milioni) attribuibile all'incremento dei costi del latte, dell'energia e dei trasporti, che hanno inciso significativamente sui prezzi al consumo. La dinamica del valore riflette anche un rinnovato interesse dei consumatori verso prodotti percepiti come naturali e meno processati, in linea con una tendenza di rivalutazione dei grassi animali rispetto ai sostituti industriali. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 580 milioni di euro. **L'espansione sarà sostenuta dalla valorizzazione del burro di qualità, proveniente da filiere certificate e da produzioni locali, nonché dalla crescente domanda del segmento premium e artigianale.** In tale contesto, le cooperative possono svolgere un ruolo strategico nel rafforzare la tracciabilità e nel comunicare il legame con il territorio, elementi sempre più rilevanti nelle scelte di acquisto dei consumatori. Tuttavia, la volatilità dei prezzi del latte e i costi energetici restano fattori di rischio per la redditività del comparto.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEL BURRO IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di euro -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di formaggi italiani: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Il mercato dei formaggi mostra una crescita robusta, con le importazioni che si attestano a 5,7 miliardi di dollari nel 2024 e un incremento continuo nel periodo. **Francia e Spagna guidano la domanda, seguite da Grecia, Austria e Germania, che rafforzano la dimensione europea del mercato.** Si amplia anche la presenza in Europa centro-orientale e in alcuni mercati extra-UE. Il segmento si distingue per solidità strutturale, ampia diffusione geografica e una domanda internazionale in costante espansione.

LE IMPORTAZIONI DI FORMAGGI IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 0406 - FORMAGGI E LATTICINI)

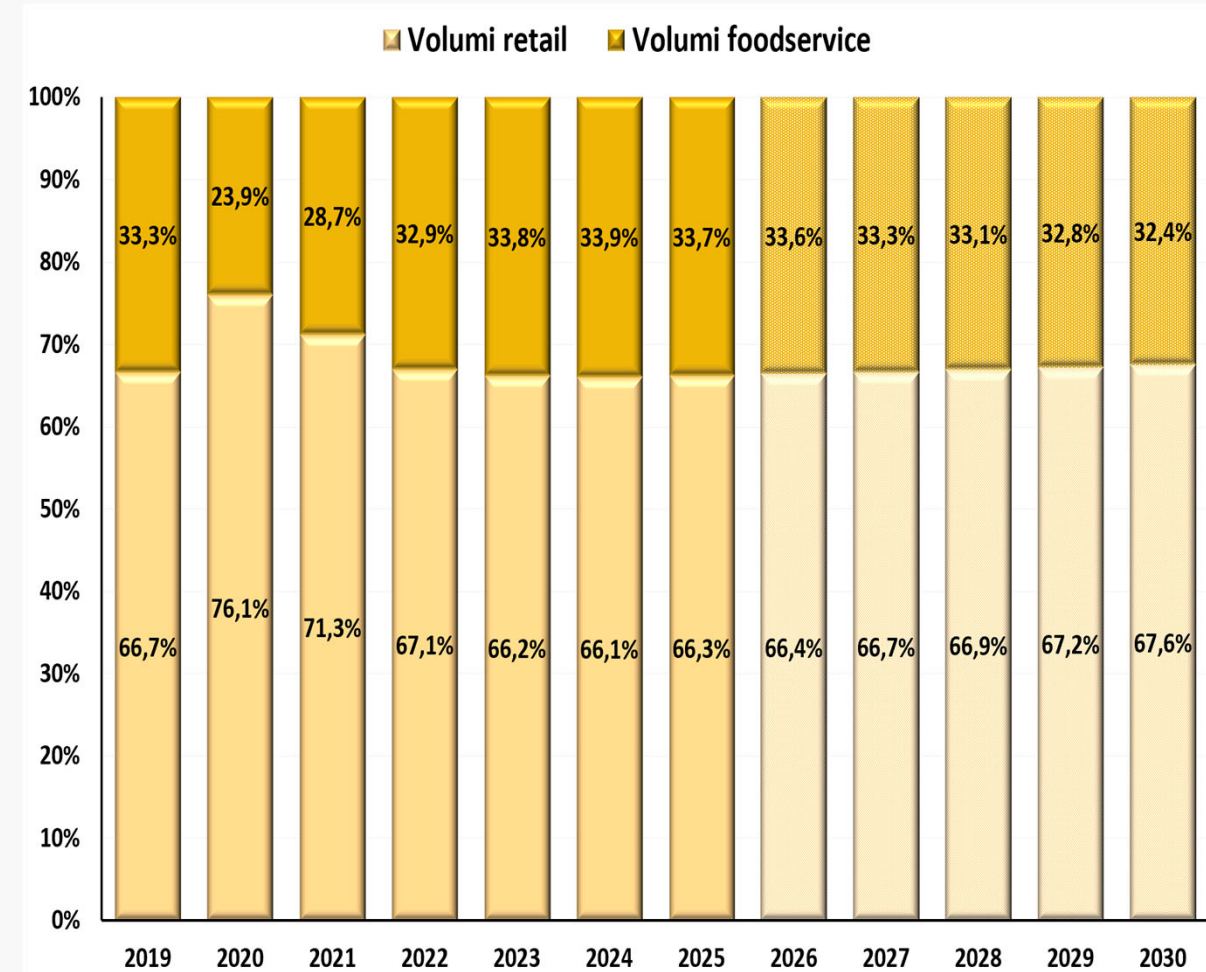
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
FRANCIA	625	696	819	882	1.016	1.050	3,4%	18,5%
SPAGNA	589	613	707	678	794	808	1,8%	14,2%
GRECIA	387	301	433	462	483	528	9,4%	9,3%
AUSTRIA	287	307	302	376	411	438	6,5%	7,7%
GERMANIA	178	169	210	260	317	347	9,3%	6,1%
POLONIA	183	203	227	228	254	268	5,6%	4,7%
ROMANIA	137	162	181	184	195	203	3,9%	3,6%
TUNISIA	106	106	132	143	171	197	15,4%	3,5%
COREA DEL SUD	70	87	107	104	128	145	13,3%	2,6%
CROAZIA	99	105	102	102	134	143	6,2%	2,5%
ALTRI	844	830	1.060	1.217	1.394	1.547	11,0%	27,3%
TOTALE	3.506	3.579	4.279	4.636	5.297	5.673	7,1%	100%

Il mercato del formaggio in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato dei formaggi in Italia evidenzia una marcata prevalenza del canale *retail*, stabilmente superiore al 66% dei volumi complessivi. Il picco del 76,1% registrato nel 2020 è riconducibile al trasferimento dei consumi verso l'ambito domestico durante la pandemia, quando i formaggi hanno rappresentato un alimento versatile, nutrizionalmente ricco e facilmente conservabile. La successiva normalizzazione dei flussi di consumo ha determinato un progressivo recupero del *foodservice*, che raggiunge il 33,7% nel 2025, sostenuto dalla ripresa della ristorazione, dalla riattivazione dei flussi turistici e dal ruolo centrale dei formaggi nella cucina italiana, sia tradizionale sia contemporanea. Dal punto di vista strutturale, **la tenuta del *retail* riflette la funzione dei formaggi come componente essenziale della dieta mediterranea e come prodotto ad elevata frequenza di acquisto.** Parallelamente, **il canale *Horeca* continua a rappresentare un importante sbocco commerciale, in particolare per i formaggi freschi e a pasta filata utilizzati nella ristorazione.** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il *retail* è previsto in lieve crescita fino al 67,6%, segnalando un rafforzamento strutturale del consumo domestico. Tale dinamica è riconducibile alla crescente attenzione dei consumatori verso la qualità, l'origine certificata e il valore nutrizionale dei prodotti, elementi che favoriscono gli acquisti diretti da parte delle famiglie.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEL FORMAGGIO IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



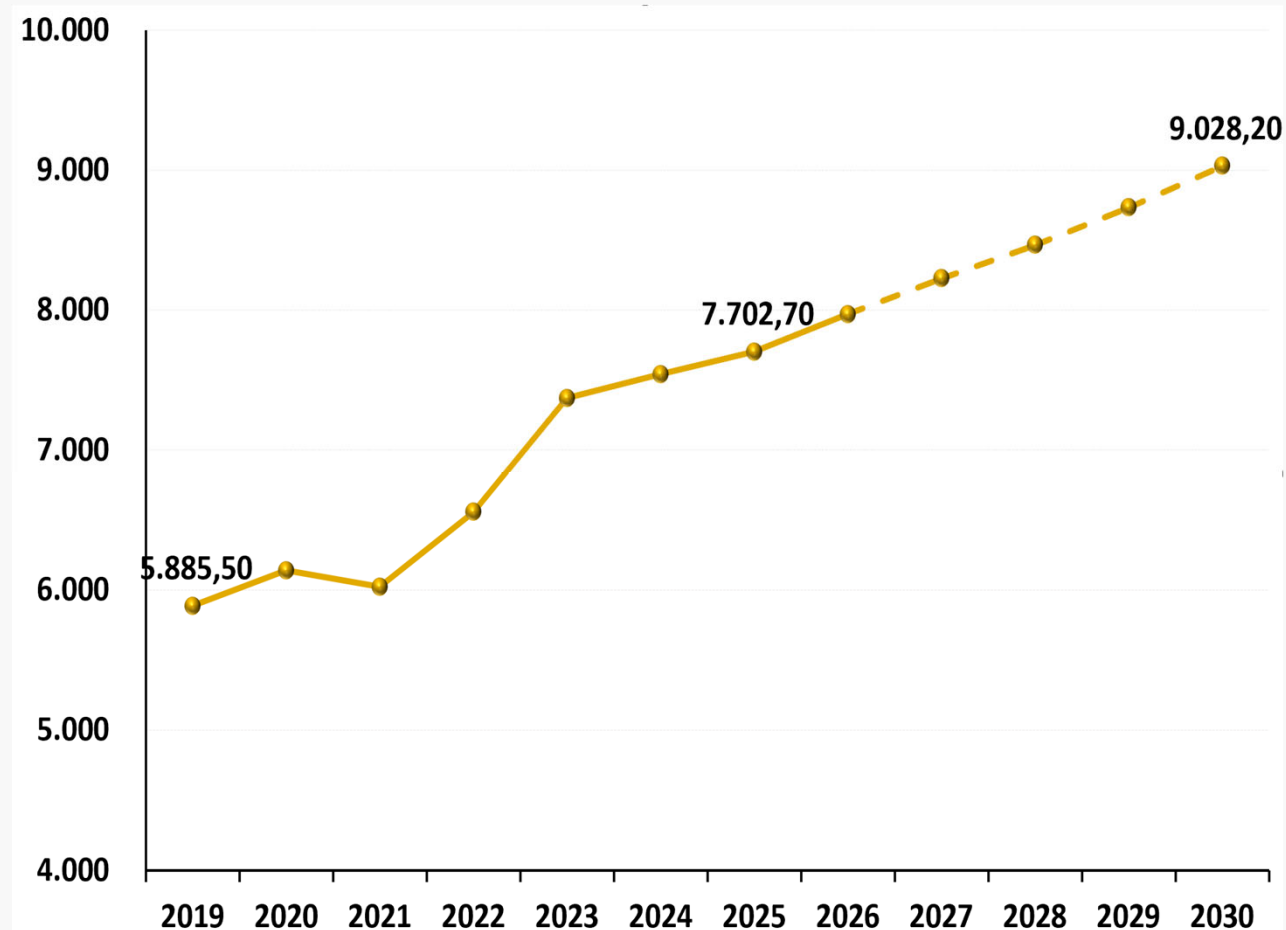
Il mercato del formaggio in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* dei formaggi cresce da 5.885,5 a 7.702,7 milioni di euro, evidenziando una dinamica espansiva sostenuta da fattori sia di costo sia di domanda. L'aumento dei prezzi del latte, dei mangimi e dell'energia ha inciso sui costi di produzione, contribuendo all'incremento dei prezzi al consumo. Parallelamente, **la crescente domanda di prodotti premium, DOP e biologici ha rafforzato il valore medio unitario, sostenuta da una maggiore attenzione dei consumatori verso l'origine delle materie prime, la tracciabilità della filiera e il benessere animale.** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 9.028,2 milioni di euro. **L'espansione sarà sostenuta dal miglioramento della qualità dell'offerta, dall'innovazione nei formati e dalla crescente domanda di prodotti ad elevato contenuto di servizio, come porzioni monodose e snack proteici a base di formaggio.** Tuttavia, le pressioni ambientali sulla zootecnia, le **politiche europee di riduzione delle emissioni e l'aumento dei costi di produzione rappresentano elementi di attenzione per la sostenibilità economica del comparto.** In tale contesto, **le cooperative potranno svolgere un ruolo chiave nell'adozione di pratiche produttive sostenibili e nella valorizzazione delle filiere locali.**

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEL FORMAGGIO IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti, milioni di euro* -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



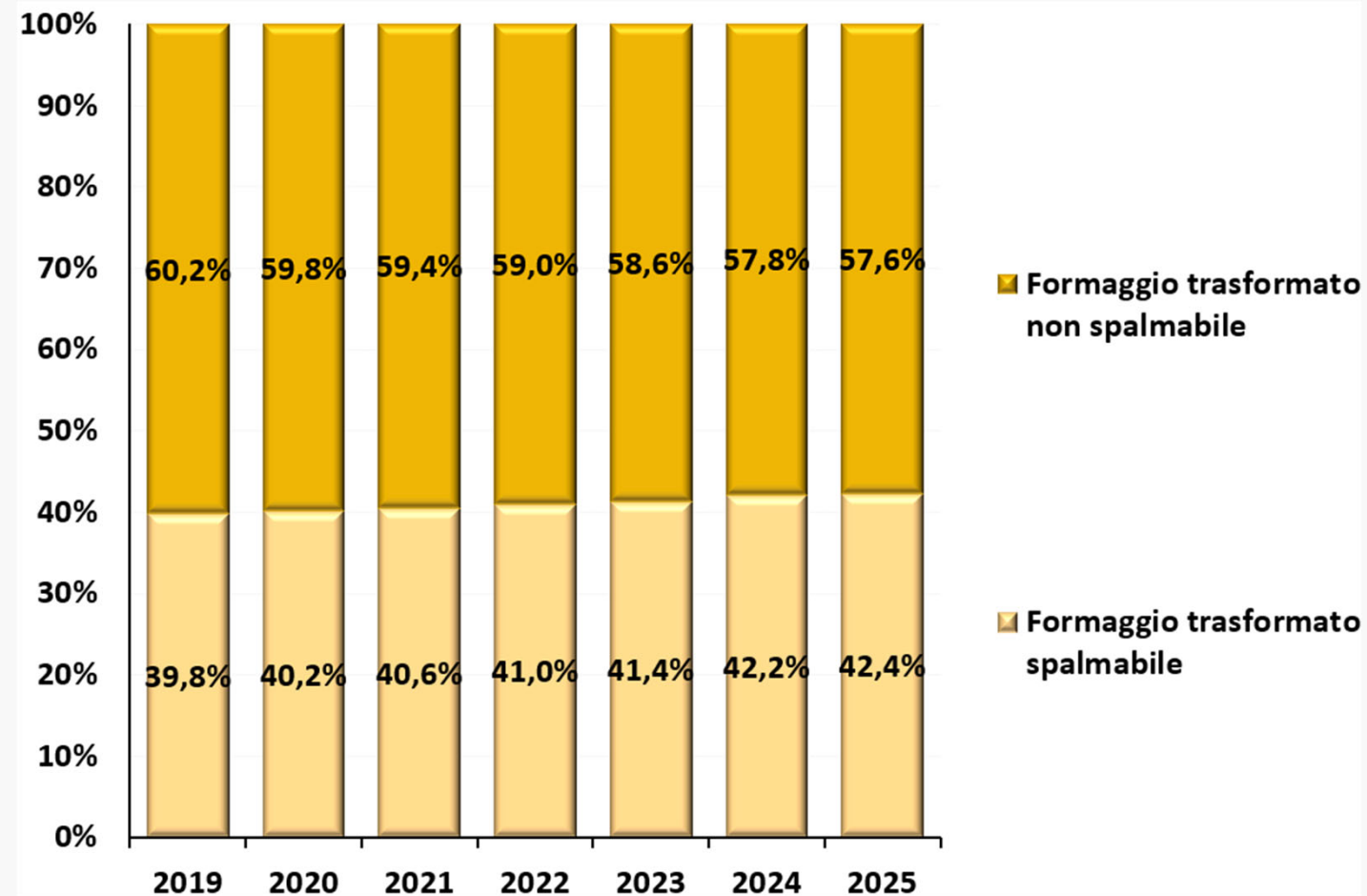
Il mercato del formaggio trasformato in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



Nel mercato del formaggio trasformato in Italia, nel 2025, il 57,6% delle vendite totali - pari a 490 milioni di euro - riguarda il formaggio trasformato non spalmabile, una quota in diminuzione rispetto al 60,2% registrato nel 2019. Il restante 42,4% del mercato - corrispondente a 360,8 milioni di euro - fa invece riferimento al formaggio spalmabile, segmento in crescita rispetto alla quota del 39,8% rilevata nel 2019. I dati mostrano una **progressiva redistribuzione dei consumi all'interno del mercato del formaggio trasformato**. Mentre la categoria dei prodotti non spalmabili perde leggermente peso, il formaggio spalmabile continua a crescere, sostenuto da trend legati alla versatilità d'uso, alla praticità e alla forte presenza nella dieta quotidiana, soprattutto in snack e preparazioni veloci. La dinamica suggerisce **un'evoluzione delle preferenze dei consumatori verso prodotti immediati, cremosi e facilmente combinabili**, pur mantenendo stabile il ruolo centrale dei formaggi trasformati non spalmabili.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL FORMAGGIO TRASFORMATO IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

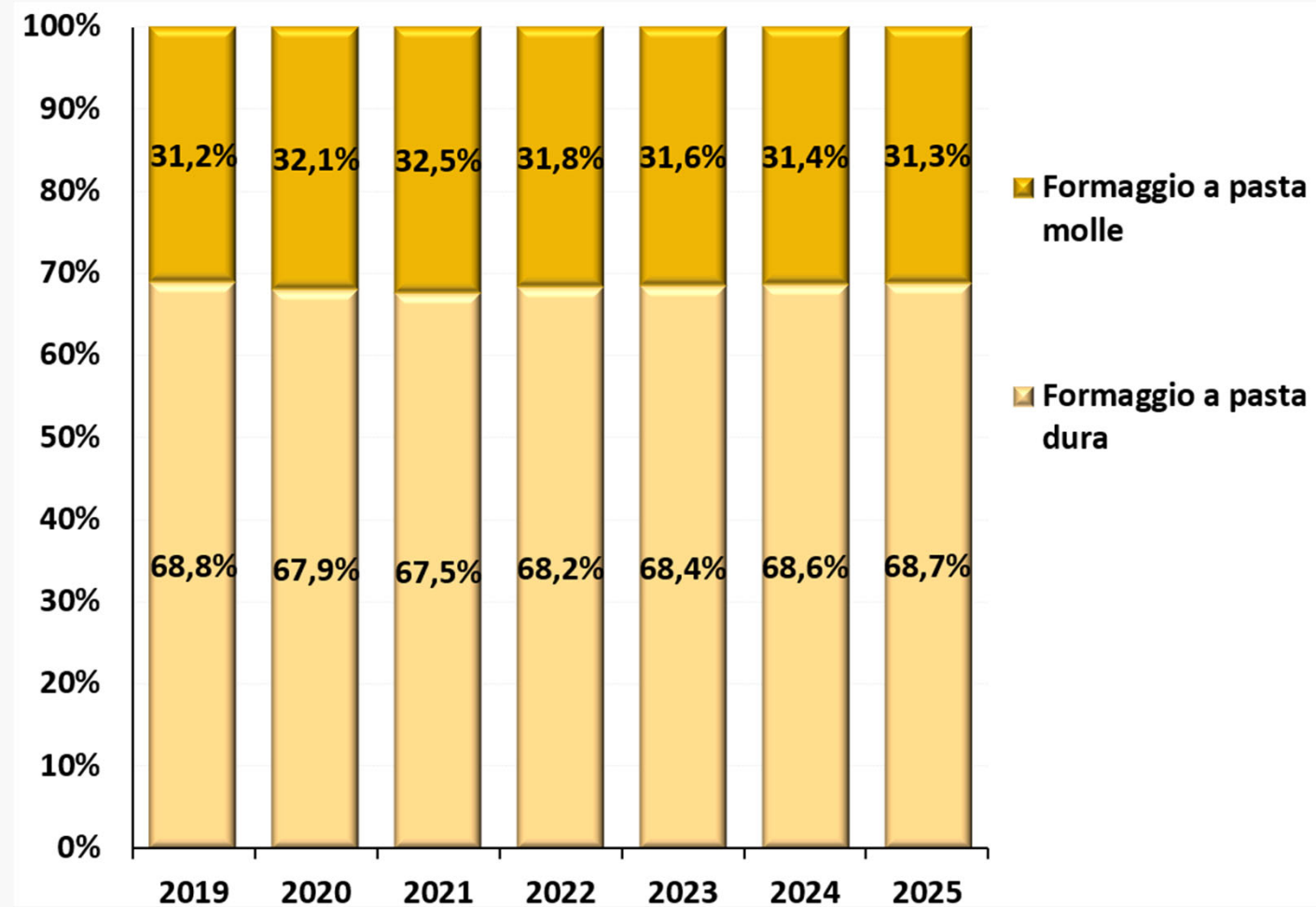


Il mercato del formaggio non trasformato in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



Nel mercato del formaggio non trasformato in Italia, nel 2025, oltre il 68% delle vendite totali è attribuibile ai formaggi a pasta dura. Il restante 31,3% del mercato fa invece riferimento ai formaggi a pasta molle. Entrambe le quote risultano sostanzialmente stabili rispetto ai livelli del 2019, confermando un quadro di consumi maturo e privo di variazioni strutturali significative. La ripartizione del mercato evidenzia una **forte e consolidata preferenza dei consumatori italiani per i formaggi a pasta dura, che continuano a dominare il comparto grazie al loro radicamento nella tradizione gastronomica, alla lunga conservabilità e alla vasta gamma di utilizzi**. I formaggi a pasta molle mantengono una quota stabile ma più contenuta, riflettendo una domanda costante ma meno dinamica. Nel complesso, **il segmento mostra poca variabilità nel tempo, suggerendo una struttura di consumo consolidata e difficilmente soggetta a cambiamenti rapidi**.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL FORMAGGIO NON TRASFORMATO IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Il mercato del formaggio bio in Italia: volumi e valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2029)

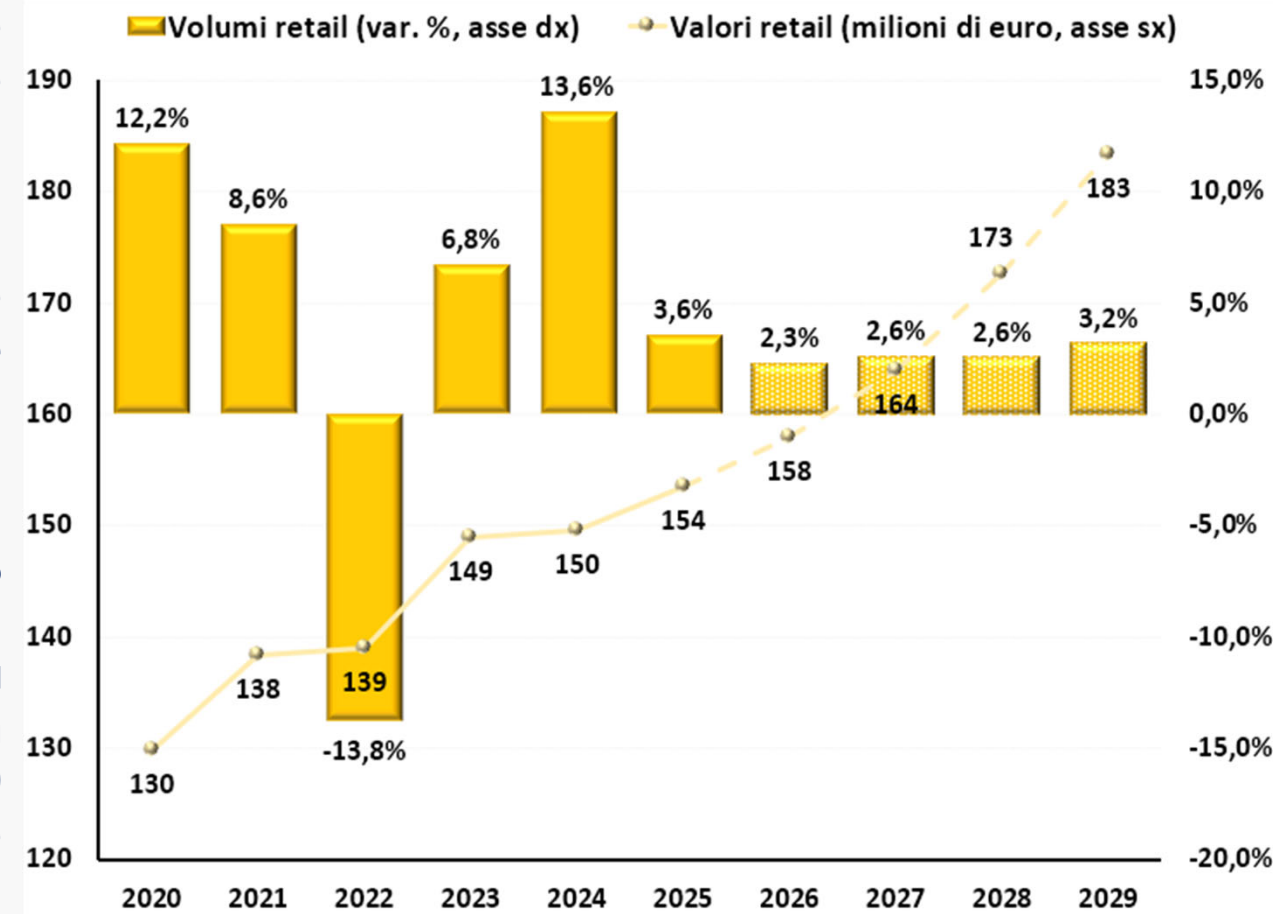


Sulla base dei dati forniti da *Euromonitor International*, il mercato del **formaggio biologico** in Italia mostra, nel periodo 2019-2025, un **andamento complessivamente positivo**. I volumi di vendita raggiungono 26 mila tonnellate nel 2025, registrando una crescita del +32,0% rispetto al 2019, quando non superavano le 19,7 mila tonnellate. L'unica eccezione lungo il periodo è rappresentata dal calo del 2022, successivamente recuperato. Anche dal punto di vista del valore delle vendite, la dinamica risulta favorevole: nel 2025 il giro d'affari del formaggio bio in Italia raggiunge 153,5 milioni di euro, con un incremento del +56,5% rispetto al 2019. Guardando alle previsioni (2026-2029), il mercato dovrebbe continuare a crescere sia in termini di volumi sia di valore. Secondo le stime di *Euromonitor International*, nel 2029 i volumi di vendita arriveranno a poco meno di 30 mila tonnellate, segnando un aumento del +11,2% rispetto al 2025. Nello stesso anno, le vendite in valore sono attese oltre i 180 milioni di euro, corrispondenti a una crescita del +19,4% rispetto al 2025. **L'incremento sostenuto dei volumi indica un ampliamento stabile della domanda, mentre la crescita ancora più marcata del valore segnala una crescente disponibilità dei consumatori a riconoscere un premium price ai prodotti bio.** Le previsioni al 2029 confermano un trend di espansione strutturale, sostenuto dalla crescente sensibilità verso sostenibilità, benessere animale e qualità percepita.

I VOLUMI E I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEL FORMAGGIO BIO IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2029)

- valori assoluti e % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

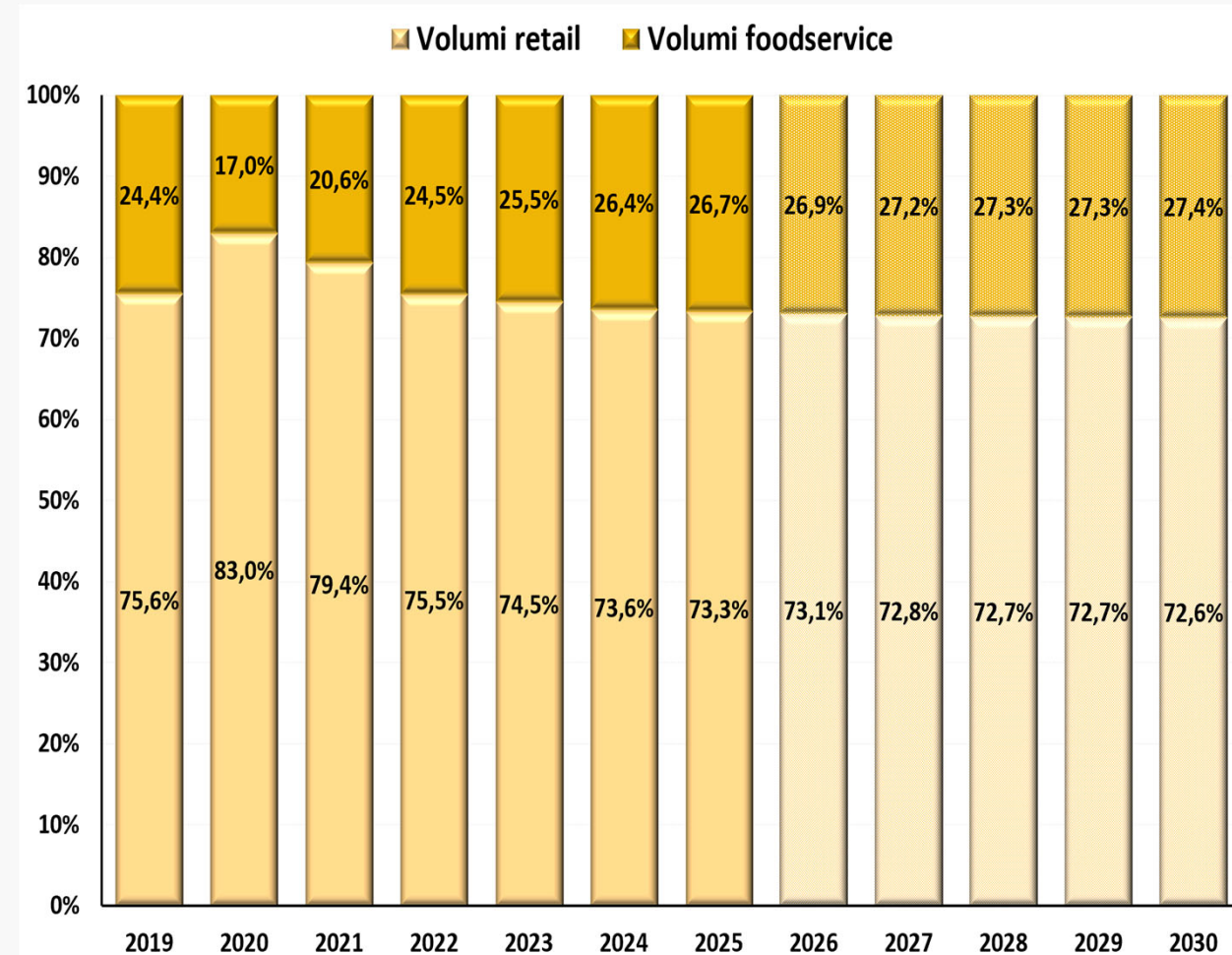


Il mercato del latte in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato del latte evidenzia una prevalenza del canale *retail*, che passa dal 75,6% del 2019 al 73,3% nel 2025, dopo il picco dell'83% registrato nel 2020. Tale andamento riflette il trasferimento temporaneo dei consumi verso l'ambito domestico durante la pandemia, seguito da un graduale riequilibrio con il *foodservice*, che recupera fino al 26,7% nel 2025. La ripresa del consumo fuori casa è sostenuta dalla diffusione di caffetterie, bar e catene di ristorazione che utilizzano latte e derivati come ingredienti base per bevande e preparazioni alimentari. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, **si prevede una graduale riduzione della quota *retail* fino al 72,6%, a favore del *foodservice*.** Tale tendenza è coerente con l'evoluzione dei modelli di consumo urbani e con la crescente diffusione di format di ristorazione che valorizzano bevande a base latte, come cappuccini speciali e prodotti ready-to-drink. Per le cooperative lattiero-casearie, questa dinamica richiede una maggiore integrazione con il canale Horeca e lo sviluppo di formati e confezioni dedicate al consumo professionale.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEL LATTE IN ITALIA PER CANALE DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Il mercato del latte in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* del latte mostra una tendenza leggermente decrescente, passando da 2.908,5 a 2.668 milioni di euro. Tale dinamica riflette **un calo strutturale dei consumi di latte fresco, legato ai cambiamenti nelle abitudini alimentari, alla diffusione di alternative vegetali e alla riduzione della popolazione infantile.** L'aumento dei prezzi non è stato sufficiente a compensare la contrazione dei volumi, evidenziando una progressiva maturità del mercato. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in ulteriore lieve diminuzione fino a 2.583,5 milioni di euro. **Per il sistema cooperativo, ciò implica la necessità di diversificare l'offerta, investire in innovazione di prodotto e rafforzare le strategie di comunicazione legate ai benefici nutrizionali e alla sostenibilità delle produzioni.** L'integrazione con filiere locali e la valorizzazione del latte di origine certificata rappresentano leve strategiche per contrastare la contrazione dei consumi.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEL LATTE IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti, milioni di euro* -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di yogurt italiano: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Le importazioni di yogurt aumentano progressivamente fino a 35 milioni di dollari, pur restando su valori assoluti contenuti rispetto ad altri lattiero-caseari. **Malta, Belgio e Slovenia sono i principali mercati**, con tassi di crescita elevati legati alla ridotta base iniziale. Si osservano segnali di espansione anche in Corea del Sud, che amplia la componente extra-europea della domanda. Il comparto appare in fase di consolidamento, con una distribuzione geografica frammentata ma in graduale ampliamento.

LE IMPORTAZIONI DI YOGURT IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 0403 - YOGURT; LATTICELLO, LATTE E CREMA COAGULATI)

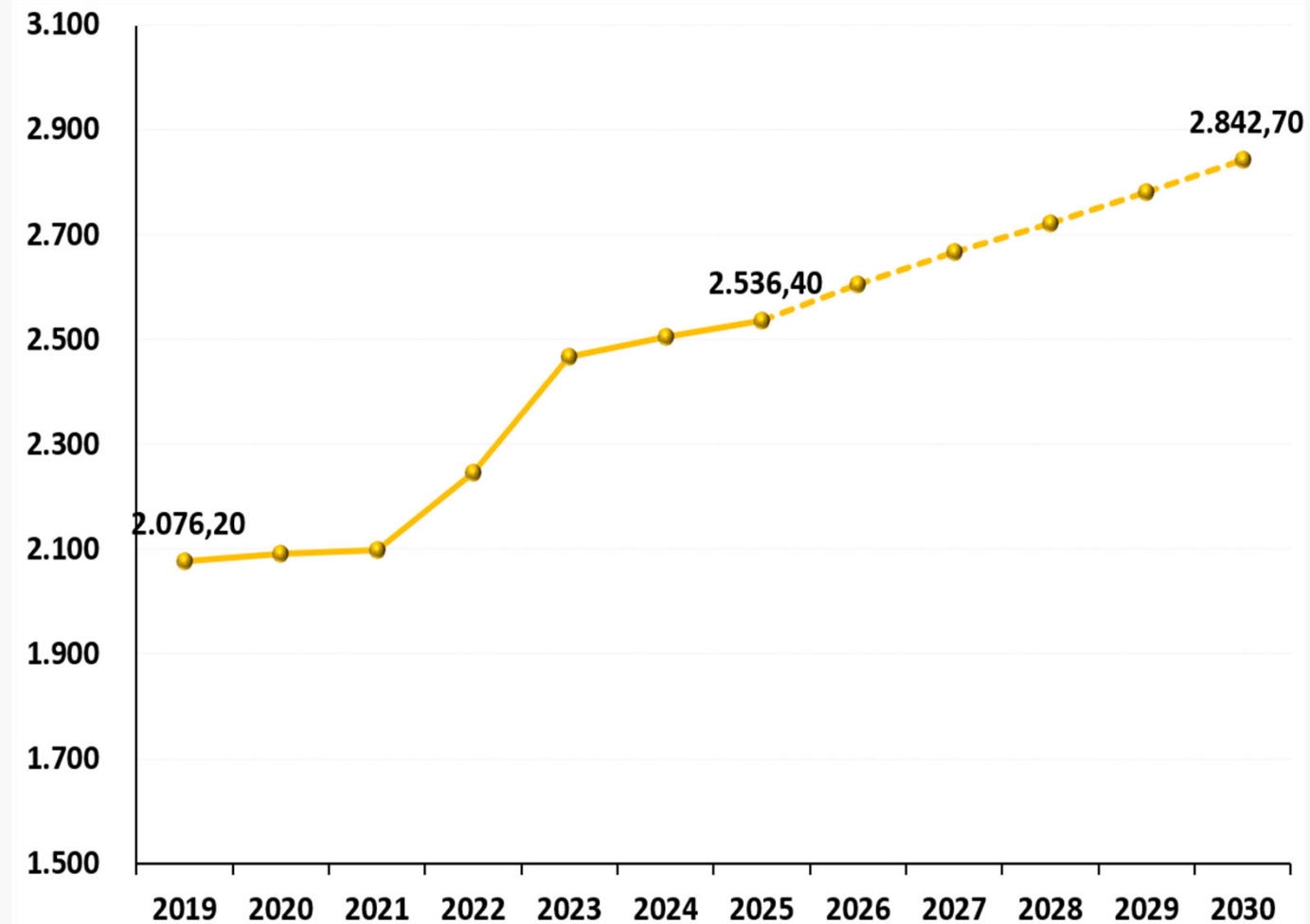
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
MALTA	4,0	4,0	4,6	4,7	5,6	6,4	14,6%	18,2%
BELGIO	0,1	0,1	0,2	0,4	3,2	4,4	36,3%	12,5%
SLOVENIA	1,2	1,4	1,9	2,3	2,8	2,8	-0,8%	7,9%
ALBANIA	0,7	0,8	1,0		1,7	2,4	41,5%	6,8%
GERMANIA	1,9	2,2	1,5	1,5	3,6	2,3	-36,2%	6,5%
FRANCIA	1,2	1,0	1,6	1,3	2,3	2,0	-15,5%	5,5%
COREA DEL SUD	0,1	0,4	0,6	0,8	1,1	1,7	53,3%	4,7%
OLANDA	0,7	0,9	0,7	0,9	1,2	1,5	19,4%	4,2%
DANIMARCA	0,9	1,3	1,5	0,9	1,3	1,3	-2,4%	3,7%
AUSTRIA	2,3	1,8	1,2	1,5	1,2	1,2	3,4%	3,4%
ALTRI	8,7	9,7	8,8	10,1	8,9	9,4	5,0%	26,6%
TOTALE	21,9	23,5	23,6	24,4	33,0	35,3	6,9%	100%

Il mercato dello yogurt in Italia: valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Prendendo in considerazione il mercato dello yogurt in Italia, i dati di *Euromonitor International* mostrano una crescita costante dei valori di vendita nel periodo 2019-2025. Nel 2025, infatti, il mercato raggiunge 2.563,4 milioni di euro, registrando un incremento del +22,2% rispetto al 2019. Anche le previsioni per il periodo 2026-2030 indicano un'ulteriore espansione del mercato: secondo le stime, nel 2030 i valori di vendita arriveranno a 2.842,7 milioni di euro, segnando una crescita del +12,1% rispetto al 2025. **Il mercato dello yogurt conferma una dinamica di crescita strutturale, sostenuta da una domanda stabile e da un progressivo spostamento verso prodotti a maggiore valore aggiunto (funzionali, proteici, premium, biologici).** La crescita prevista fino al 2030 indica un comparto ancora vivace e capace di intercettare trend emergenti legati al benessere, alla digeribilità e al consumo on-the-go. Nel complesso, il settore si presenta come uno dei più dinamici all'interno del lattiero-caseario italiano.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLO YOGURT IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di euro -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



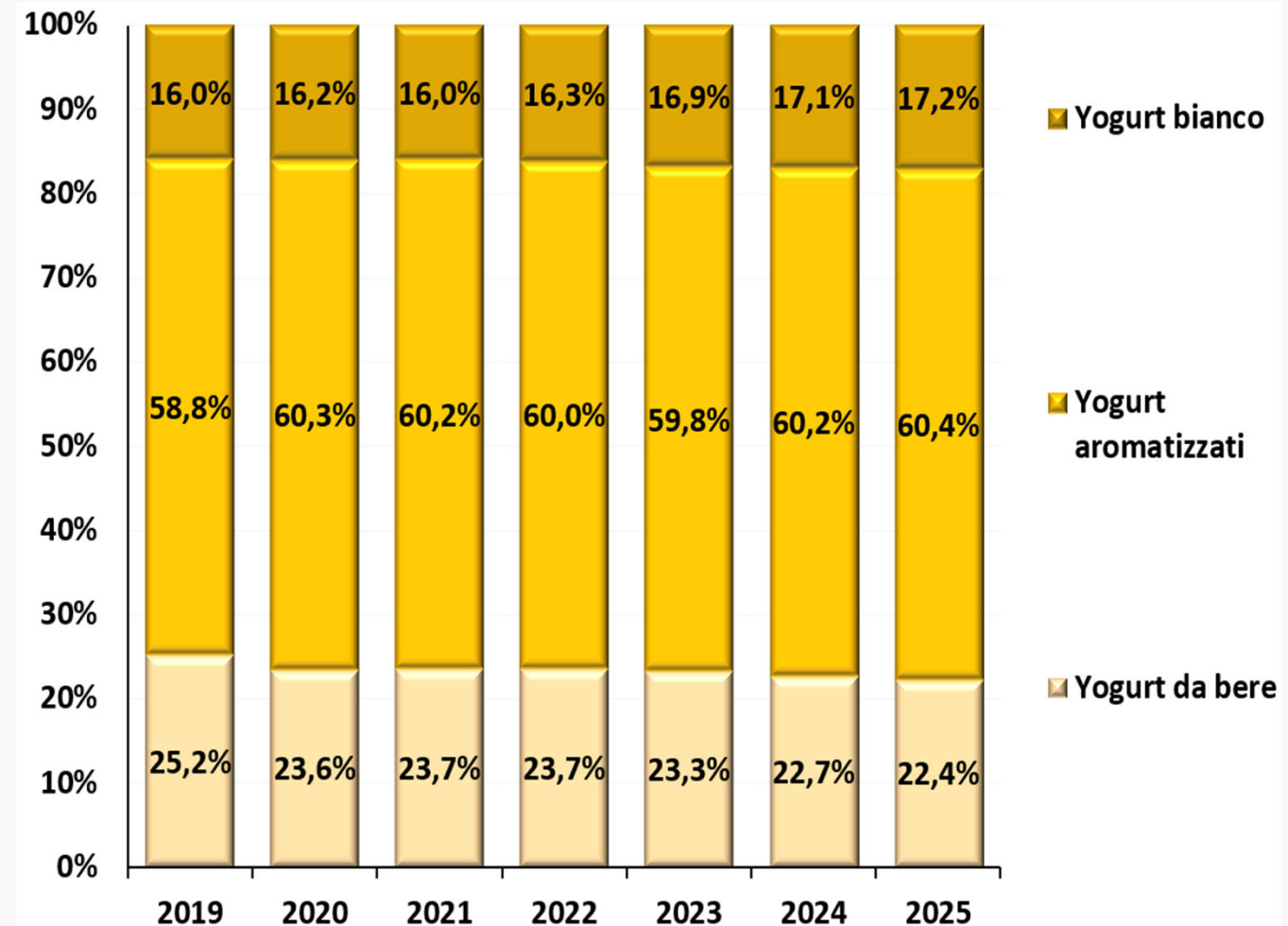
Il mercato dello yogurt in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



Nel mercato dello yogurt in Italia nel 2025, oltre il 60% delle vendite totali - pari a più di 1,5 miliardi di euro - riguarda gli yogurt aromatizzati, una quota in lieve crescita rispetto al 58,8% registrato nel 2019. Gli yogurt da bere rappresentano il 22,4% del mercato, corrispondente a 567,1 milioni di euro, in calo rispetto al 25,2% del 2019. Il restante 17,2% delle vendite - pari a 437,1 milioni di euro - è attribuibile allo yogurt bianco, categoria in leggero aumento rispetto al 16% del 2019. La ripartizione del mercato evidenzia una **crescente centralità degli yogurt aromatizzati, sostenuti dall'ampiezza dell'offerta, dalla varietà dei gusti e da un forte orientamento del consumatore verso prodotti gratificanti e immediatamente pronti al consumo**. Il calo degli yogurt da bere suggerisce una preferenza meno marcata per i formati on-the-go, mentre la crescita dello yogurt bianco riflette l'attenzione crescente verso prodotti più naturali, meno zuccherati e maggiormente versatili. Nel complesso, il mercato mostra una polarizzazione tra proposte indulgenti e opzioni più salutistiche.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLO YOGURT IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



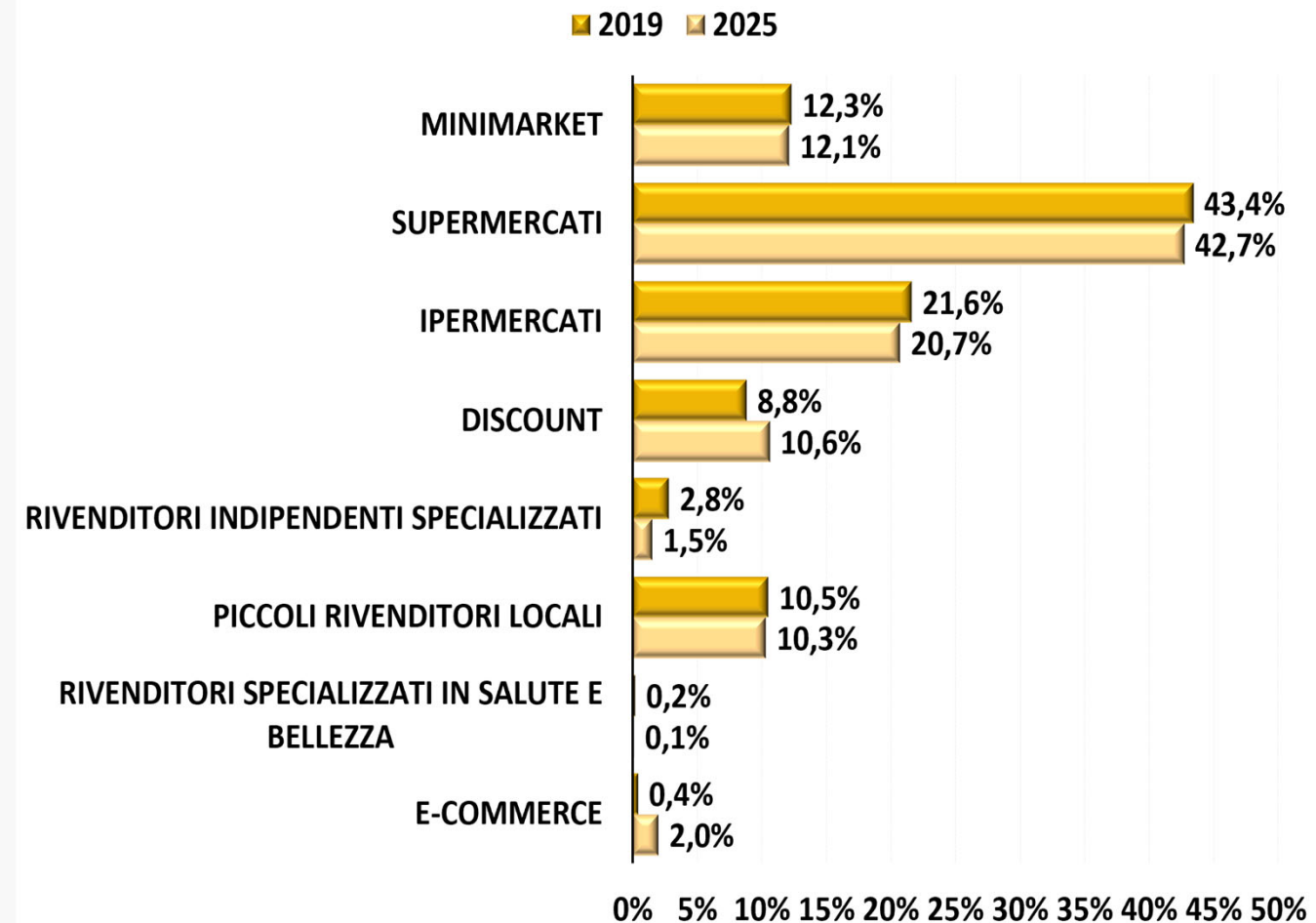
I canali distributivi dei prodotti lattiero-caseari in Italia per valori di vendita *retail* (2019 e 2025)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione *retail* dei prodotti lattiero-caseari evidenzia la centralità dei **supermercati**, che rappresentano il principale canale con una quota del **42,7% nel 2025**. Tuttavia, emergono segnali di trasformazione strutturale della rete distributiva. La crescita dei discount, dall'8,8% al 10,6%, riflette una crescente attenzione al prezzo da parte dei consumatori, accentuata dall'inflazione alimentare e dalla riduzione del potere d'acquisto. Tale dinamica comporta una **maggiore pressione competitiva lungo la filiera e richiede strategie di efficientamento e ottimizzazione dei costi**. Parallelamente, l'*e-commerce* registra un'espansione significativa, passando dallo 0,4% al 2,0%, segnalando un cambiamento strutturale nei comportamenti di acquisto. **La riduzione del peso dei rivenditori specializzati e degli ipermercati evidenzia una polarizzazione del sistema distributivo tra formati orientati alla convenienza e canali digitali**. Per il sistema cooperativo, tali dinamiche richiedono un rafforzamento delle strategie di posizionamento, investimenti nella digitalizzazione e una maggiore valorizzazione degli elementi distintivi dell'offerta, quali qualità certificata, origine territoriale, sostenibilità delle produzioni e benessere animale.

LA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* (2019 e 2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)





Il mercato dei prodotti lattiero-caseari: gli assetti competitivi

1. Il mercato del **burro** in Italia presenta una struttura frammentata, con alcuni operatori che condividono la leadership e altri ben radicati nelle posizioni successive. Il sistema cooperativo mantiene un peso rilevante e stabile, mentre la distribuzione a marchio del distributore continua a intercettare una quota significativa della domanda grazie alla convenienza. Nel complesso, il settore appare maturo e competitivo, con la differenziazione di qualità e origine come principali leve strategiche.
2. Nel comparto del **formaggio trasformato non spalmabile** emerge una forte concentrazione, dominata da un leader con un vantaggio competitivo marcato. Gli altri operatori mostrano stabilità, mentre la distribuzione a marchio proprio continua a crescere, rafforzando il proprio ruolo in un mercato caratterizzato da brand globali consolidati.
3. Il segmento del **formaggio trasformato spalmabile** è altamente concentrato, guidato da due grandi player internazionali che insieme controllano la quasi totalità del mercato. Gli operatori meno radicati mostrano segnali di indebolimento, mentre la presenza della distribuzione rimane marginale, a conferma dell'importanza della forza del brand e dell'innovazione di prodotto.
4. Nel mercato del **formaggio a pasta dura** la quota dei principali produttori risulta in lieve crescita o sostanzialmente stabile tra il 2019 e il 2025, mentre il peso dei prodotti a marchio distributore scende in modo significativo. La riduzione dei private label indica una progressiva valorizzazione dei brand industriali e una maggiore attenzione dei consumatori alla qualità e all'origine. Nel complesso, il mercato mostra un riequilibrio competitivo, con i produttori industriali che recuperano terreno rispetto ai distributori.
5. Nel mercato del **formaggio a pasta molle** prevale un leader consolidato, affiancato da operatori con performance divergenti: alcuni in crescita, altri in flessione. La distribuzione a marchio proprio continua a espandersi, segnalando una crescente apertura dei consumatori verso alternative più convenienti e contribuendo a un progressivo riequilibrio competitivo.
6. Nel settore del **latte** si osserva un equilibrio in evoluzione: un operatore guida il mercato con una quota in aumento, mentre il sistema cooperativo mantiene un ruolo complessivamente rilevante pur con dinamiche interne differenziate. La distribuzione a marchio proprio continua a crescere, sostenuta da un contesto di pressione sui prezzi e contrazione dei volumi.
7. Il mercato dello **yogurt** presenta una competizione frammentata ma con alcuni player solidi. Il leader mantiene una posizione stabile, mentre il sistema cooperativo rafforza la propria presenza. Alcuni operatori internazionali mostrano un arretramento, segnale della crescente pressione competitiva esercitata sia dai concorrenti sia dalla distribuzione, che continua a guadagnare spazio.



Il mercato dei vini e degli *sparkling wine*



Il mercato dei vini e degli *sparkling wine*: un quadro di sintesi

- 1. La dinamica della domanda mondiale di bevande alcoliche e la domanda estera di vini e *sparkling wine* italiani:** Nel periodo 2019-2025 il mercato mondiale delle bevande alcoliche cresce in valore da 1.594 a 1.827 miliardi di dollari, mentre i volumi aumentano più lentamente, riflettendo un generale innalzamento qualitativo dei consumi. Birra e liquori restano i pilastri del settore, ma emergono nuove dinamiche con la crescita di categorie innovative come ready-to-drink e *sparkling wine*, che intercettano consumi più informali e urbani, mentre il vino mostra una lieve flessione globale. Nel periodo 2026-2030 il valore del mercato dovrebbe superare i 2.200 miliardi, trainato più dal miglioramento qualitativo all'interno dei segmenti che da cambiamenti nella composizione della domanda, con una marcata polarizzazione tra premium e prodotti accessibili. In Italia, nel 2025 il vino domina il mercato con il 32,8% delle vendite, seguito da birra (29,5%) e liquori e distillati (25,3%), mentre gli *sparkling wine* rappresentano l'11,2% e i RTD rimangono marginali. Con riferimento vini italiani, nel periodo 2019-2024, le importazioni mondiali si attestano a 8,6 miliardi di dollari nel 2024, con una crescita moderata rispetto al 2019 e oscillazioni contenute nel biennio più recente. La struttura geografica della domanda conferma la forte centralità dei mercati maturi: Stati Uniti e Regno Unito assorbono complessivamente oltre il 40% del totale, delineando un profilo di domanda concentrato in economie ad alto reddito e con consumi consolidati di vino importato. Più dinamica risulta la domanda estera di *sparkling wine* italiani, che nel periodo 2019-2024 registra un incremento del +6,6%, raggiungendo circa 2,5 miliardi di dollari. Anche in questo caso, Stati Uniti e Regno Unito rappresentano oltre la metà della domanda mondiale, ma emergono buone performance anche in Svizzera.
- 2. La dinamica del mercato italiano dei vini e degli *sparkling wine*:** La struttura del mercato italiano riflette la forza delle categorie tradizionali, ma anche l'emergere di tendenze premium nei distillati e la solidità delle bollicine sia a casa sia nel fuori casa. I RTD restano piccoli ma potenzialmente in crescita tra i consumatori più giovani. Nel complesso, il settore italiano mantiene un'impronta fortemente legata alla tradizione, pur mostrando segnali di rinnovamento legati alla qualità, alla sperimentazione e alla diversificazione dei momenti di consumo. Nel periodo 2019-2025 il mercato del vino in Italia mostra la prevalenza dell'off-trade, che dopo il picco del 2020 torna al 66,7% nel 2025, mentre l'on-trade recupera grazie alla riapertura della ristorazione e del turismo. Il riequilibrio continua fino al 2029, quando l'on-trade raggiunge il 35,2%, riflettendo il ritorno alla socialità e il rafforzamento del consumo esperienziale. I valori di vendita mostrano una forte ripresa dell'on-trade, che sale a 7,3 miliardi nel 2025, mentre l'off-trade cresce più moderatamente fino a 5,7 miliardi. Nel 2025 il vino bianco rappresenta il 49,4% del mercato, il rosso il 40,9% e il rosé il 9,7%, indicando una progressiva preferenza per vini più freschi e versatili. Le fasce di prezzo evidenziano una forte polarizzazione: oltre il 60% dei consumatori acquista vini sotto i 2,99 euro, mentre più di un terzo si orienta verso segmenti premium. Una dinamica analoga caratterizza vino rosso e rosé, con una base ampia di consumo economico affiancata da un nucleo premium robusto. Nella distribuzione off-trade crescono supermercati, e-commerce e discount, mentre si riduce il ruolo dei piccoli rivenditori. Per gli *sparkling wine* domina l'off-trade con oltre l'82%, e il valore cresce sia nei consumi domestici sia nel fuori casa, sostenuto da aperitivi, turismo ed eventi sociali. La categoria degli *sparkling wine* non champagne rappresenta quasi l'88% del mercato e continua a rafforzarsi, spinta dal successo del Prosecco e da un'offerta ampia e accessibile. Anche qui la domanda è polarizzata: il 61,6% dei consumatori sceglie prodotti sotto i 12 euro, mentre quasi il 40% acquista fasce medio-alte e premium.

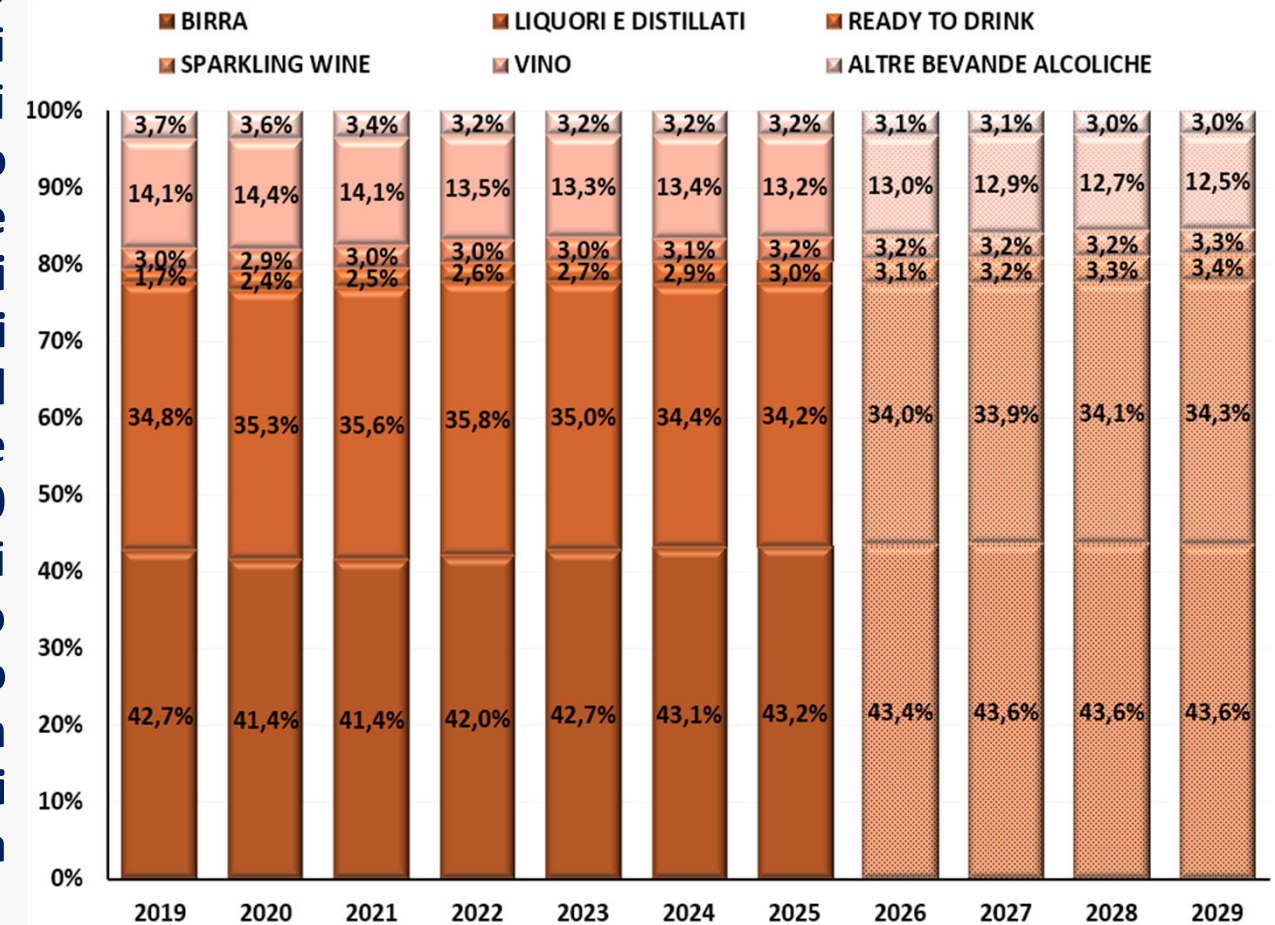
Il mercato mondiale delle bevande alcoliche: valori di vendita *off-trade* e *on-trade* per tipologia di mercato (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025 il mercato mondiale delle bevande alcoliche mostra una crescita in valore da circa 1.594 a 1.827 miliardi di dollari, a fronte di un'espansione più contenuta dei volumi di vendita. Birra e liquori e distillati mantengono un ruolo strutturalmente dominante, confermando la persistenza di modelli di consumo consolidati. Tuttavia, all'interno di questa stabilità si osservano **mutamenti nella composizione della domanda: crescono categorie a maggiore contenuto di servizio e innovazione, come *ready-to-drink* e *sparkling wine*, che intercettano modalità di consumo più informali, individualizzate e compatibili con stili di vita urbani e dinamici, mentre si evidenzia una flessione nel consumo di vini.** Nello scenario previsionale (2026-2030) il valore delle vendite di bevande alcoliche dovrebbe superare i 2.200 miliardi di dollari. La crescita è trainata non tanto da radicali spostamenti tra tipologie di bevande, quanto da un innalzamento qualitativo all'interno dei singoli segmenti. **Il contesto macroeconomico e regolatorio favorisce una polarizzazione della domanda: una parte dei consumatori si orienta verso prodotti di maggiore qualità e valore simbolico, mentre un'altra privilegia formati più accessibili e consumo occasionale.**

I VALORI DI VENDITA *OFF-TRADE* E *ON-TRADE* DEL MERCATO DELLE BEVANDE ALCOLICHE NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



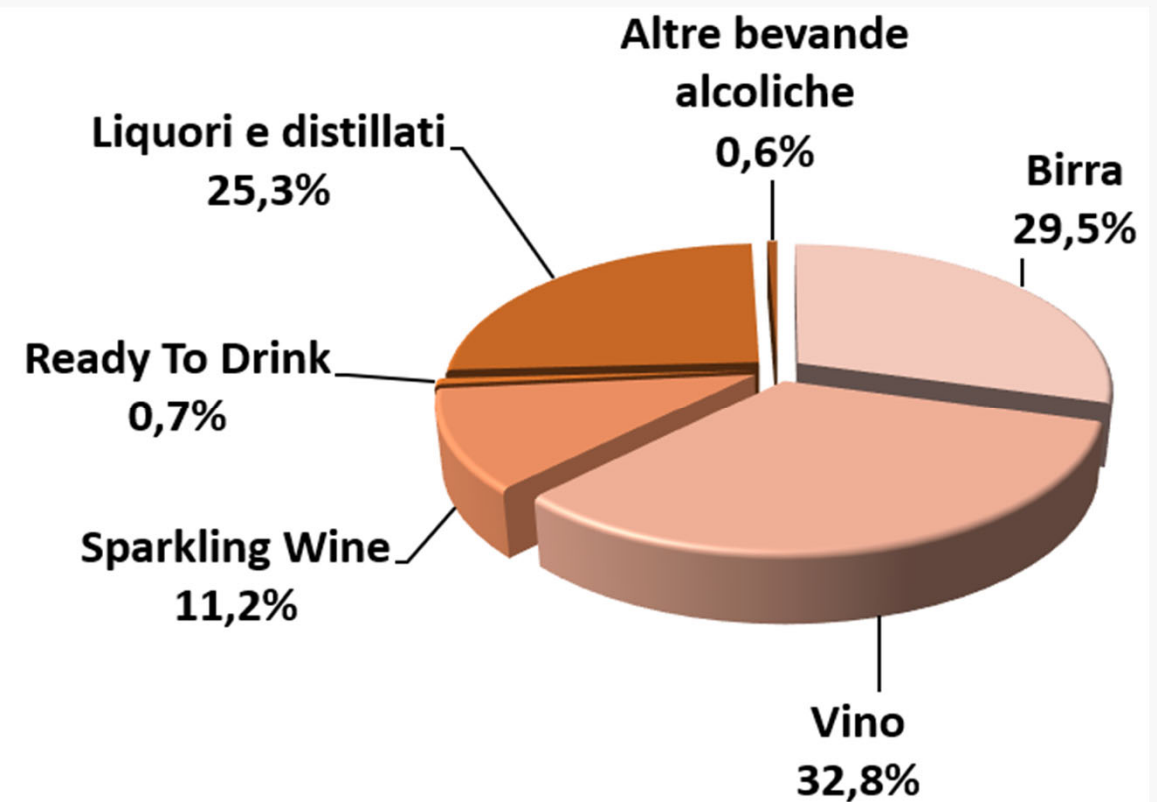
Il mercato delle bevande alcoliche in Italia per valori di vendita *off-trade* e *on-trade* e per tipologia di prodotto (2025)



Considerando la ripartizione del mercato delle bevande alcoliche in Italia nel 2025, la quota principale delle vendite è attribuibile al vino, che rappresenta il 32,8% del totale, corrispondente a 13 miliardi di euro. Segue la birra, con una quota pari al 29,5% (circa 11,7 miliardi di euro), mentre la categoria dei liquori e distillati incide per il 25,3% del mercato, pari a 10 miliardi di euro. Gli *sparkling wine* costituiscono l'11,2% delle vendite complessive, equivalenti a 4,4 miliardi di euro. Le categorie residuali includono i Ready to Drink (RTD), che rappresentano lo 0,7% del mercato (254,4 milioni di euro), e le altre bevande alcoliche, pari allo 0,6% (237,4 milioni di euro). Il mercato delle bevande alcoliche in Italia nel 2025 mostra una struttura dominata da categorie tradizionali e profondamente radicate nel consumo nazionale, con vino e birra che insieme rappresentano oltre il 60% del mercato. I liquori e distillati mantengono una quota significativa grazie al loro posizionamento premium e alla crescente attenzione verso prodotti artigianali e di qualità. La categoria degli *sparkling wine* conferma un ruolo stabile, sostenuto dal successo delle bollicine italiane sia nel consumo domestico sia nel fuori casa. **RTD e altre bevande alcoliche restano segmenti marginali, riflettendo una domanda ancora limitata ma potenzialmente in evoluzione tra i consumatori più giovani.**

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLE BEVANDE ALCOLICHE IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2025) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di vini italiani: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Le importazioni di vini italiani si mantengono stabili su 8,6 miliardi di dollari nel 2024, con una crescita moderata rispetto al 2019 e oscillazioni contenute nel biennio recente. **Stati Uniti e Regno Unito rappresentano oltre il 40% del totale**, confermando la centralità dei mercati anglosassoni. La **Germania mostra una lieve flessione**, mentre Europa occidentale e Nord America restano complessivamente solidi. Il comparto si caratterizza per una domanda ampia e diversificata, tipica di un mercato maturo e strutturalmente consolidato.

LE IMPORTAZIONI DI VINI IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 2204 - VINI DI UVE FRESCHE, COMPRESI I VINI ARRICCHITI D'ALCOL)

PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2019	Quota sul totale 2024 (%)
STATI UNITI	2.053	2.018	2.373	2.442	2.227	2.374	2,9%	27,7%
REGNO UNITO	893	821	889	1.101	1.164	1.193	6,0%	13,9%
GERMANIA	1.112	1.190	1.380	1.162	1.169	1.055	-1,0%	12,3%
SVIZZERA	430	466	522	480	491	477	2,1%	5,6%
CANADA	417	412	476	498	451	462	2,1%	5,4%
OLANDA	186	218	283	256	260	285	8,9%	3,3%
FRANCIA	194	173	215	234	269	250	5,3%	2,9%
GIAPPONE	214	182	201	225	214	212	-0,2%	2,5%
SVEZIA	183	206	204	183	189	180	-0,3%	2,1%
DANIMARCA	161	169	201	151	163	163	0,3%	1,9%
ALTRI	1.862	1.893	2.346	1.947	2.049	1.922	0,6%	22,4%
TOTALE	7.705	7.749	9.092	8.679	8.645	8.574	2,2%	100%

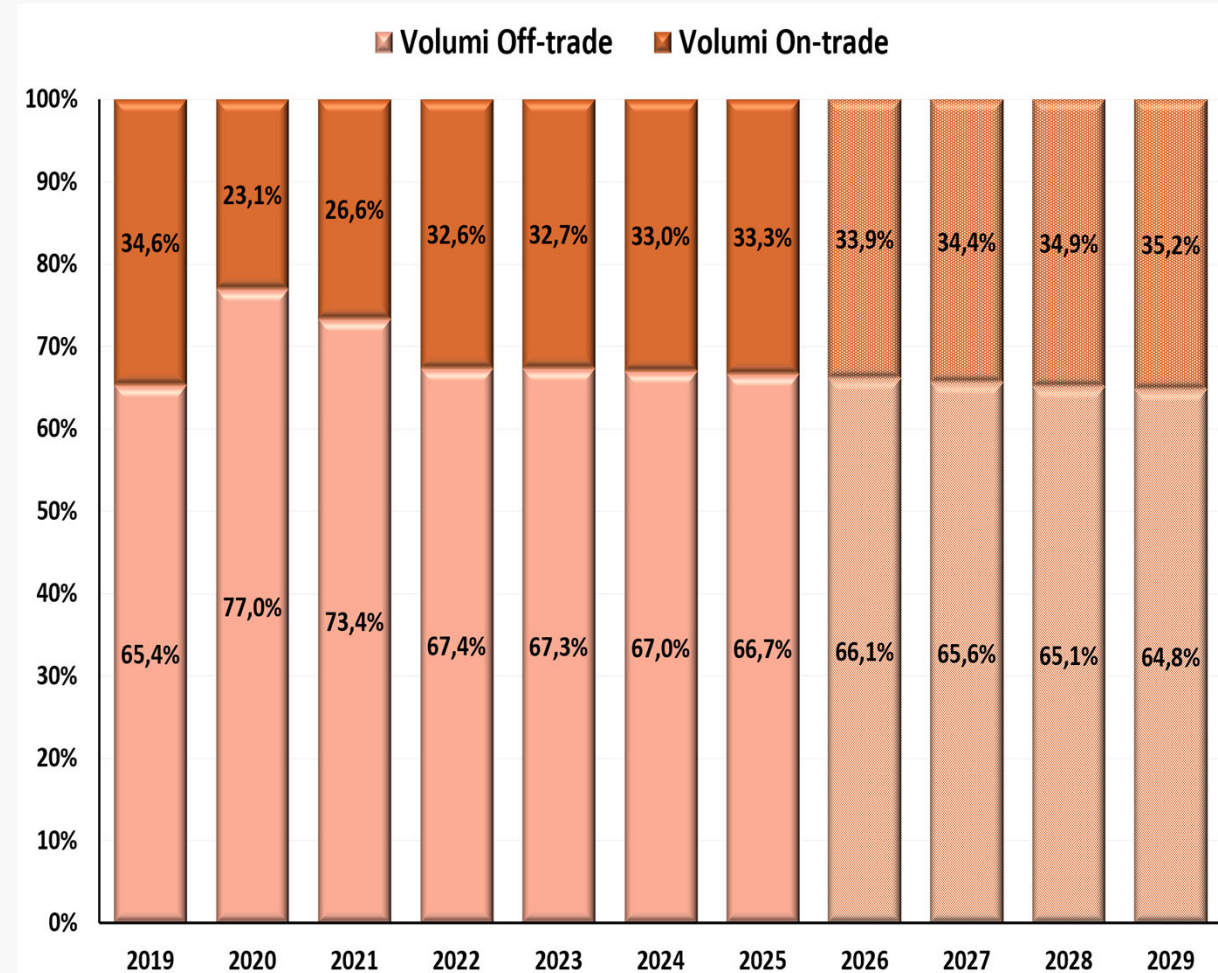
Il mercato dei vini in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato del vino in Italia, in termini di volumi di vendita, evidenzia una prevalenza del canale *off-trade*, che passa dal 65,4% del 2019 al 66,7% nel 2025, con un picco del 77% nel 2020 determinato dalle restrizioni pandemiche e dalla chiusura del canale *Horeca*. Tale anomalia riflette il trasferimento straordinario dei consumi verso l'ambito domestico, favorito dalla diffusione dell'e-commerce e dei servizi di consegna a domicilio. Nel periodo successivo si osserva un graduale riequilibrio, con l'*on-trade* che recupera fino al 33,3% nel 2025, sostenuto dalla ripresa della ristorazione, del turismo e dei consumi legati alla convivialità. Dal punto di vista strutturale, **la tenuta dell'off-trade in volumi riflette la crescente diffusione di modelli di consumo domestico più informali, nonché l'ampliamento dell'offerta nella grande distribuzione, che ha migliorato l'accessibilità a vini di qualità.** Parallelamente, l'*on-trade* continua a svolgere un ruolo strategico nella valorizzazione delle etichette premium e nella promozione del consumo esperienziale. Nel periodo 2026-2029, secondo i dati *Euromonitor International*, si prevede una graduale riduzione della quota off-trade fino al 64,8%, a favore dell'*on-trade*, che raggiunge il 35,2%. Tale dinamica riflette la normalizzazione dei comportamenti di consumo e il rafforzamento della dimensione sociale del vino, sempre più associata a esperienze di ristorazione e turismo enogastronomico.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEI VINI IN ITALIA PER CANALI DI VENDITA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



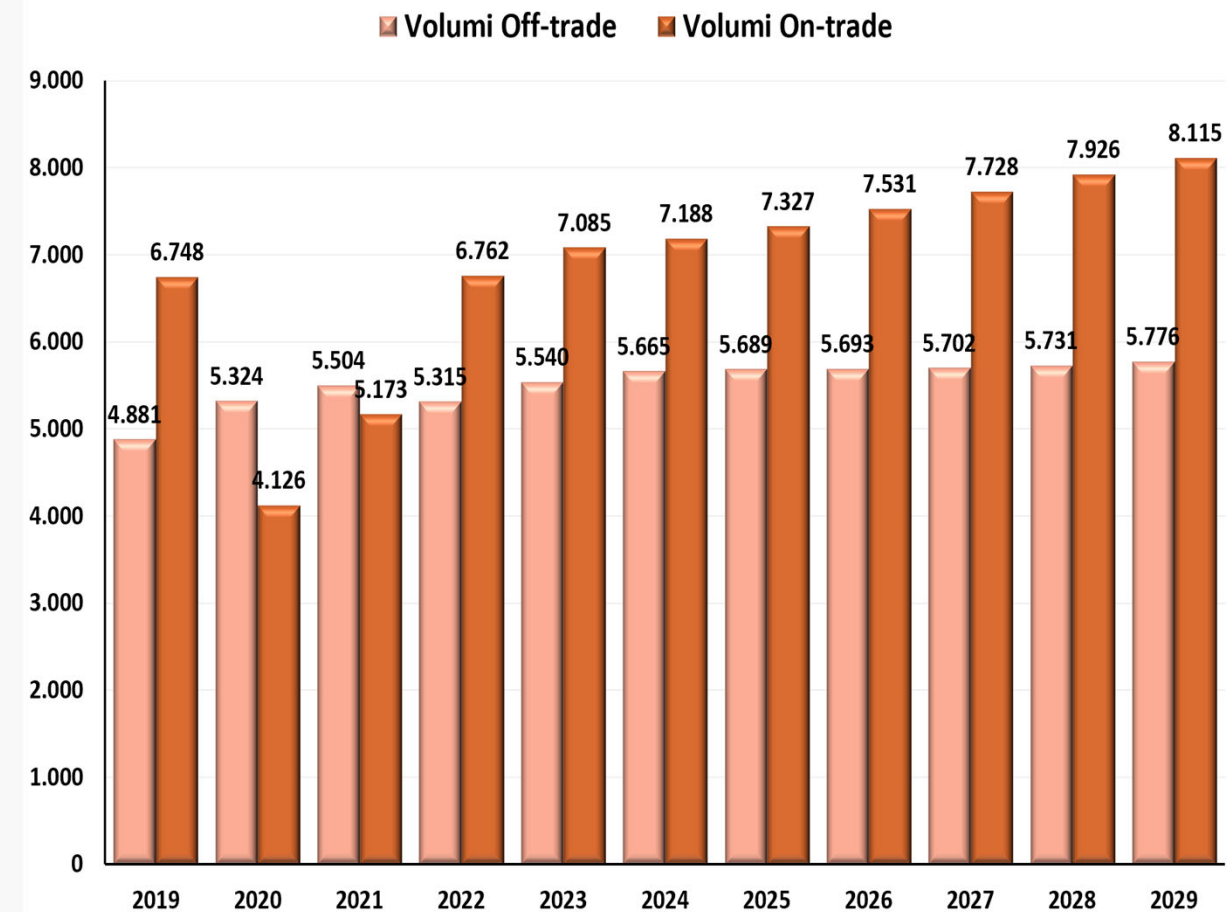
Il mercato dei vini in Italia: valori di vendita nei canali *off-trade* e *on-trade* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, i valori di vendita del vino evidenziano una dinamica differenziata tra *off-trade* e *on-trade*. Nel 2020 si registra un forte incremento del valore *off-trade* (5.324 milioni di euro) e una drastica contrazione dell'*on-trade* (4.126 milioni di euro), a causa delle chiusure del canale *Horeca*. Negli anni successivi si osserva una robusta ripresa dell'*on-trade*, che supera i livelli pre-pandemici raggiungendo 7.327 milioni di euro nel 2025, mentre l'*off-trade* cresce in modo più moderato fino a 5.689 milioni di euro. **La crescita del valore nel canale *on-trade* è riconducibile alla ripresa dei consumi fuori casa, all'aumento della qualità dell'offerta e alla crescente domanda di esperienze enogastronomiche.** Il vino, infatti, svolge un ruolo centrale nella ristorazione italiana, contribuendo in modo significativo al valore medio dello scontrino. Nel periodo 2026-2029, secondo i dati *Euromonitor International*, si prevede un'ulteriore crescita dei valori di entrambi i canali, con l'*on-trade* che raggiunge 8.115 milioni di euro e l'*off-trade* 5.776 milioni di euro nel 2029. **L'espansione sarà sostenuta dalla valorizzazione dei vini di qualità, dalla crescita del turismo enogastronomico e dalla diffusione di modelli di consumo orientati alla moderazione e alla qualità piuttosto che alla quantità. Per il sistema cooperativo, ciò implica opportunità di posizionamento nei segmenti premium e di rafforzamento del legame tra vino, territorio e identità culturale.**

I VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI VINI IN ITALIA NEI CANALI *OFF-TRADE* E *ON-TRADE* (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di euro -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti dagli agricoltori: vini (giugno 2020-giugno 2025)

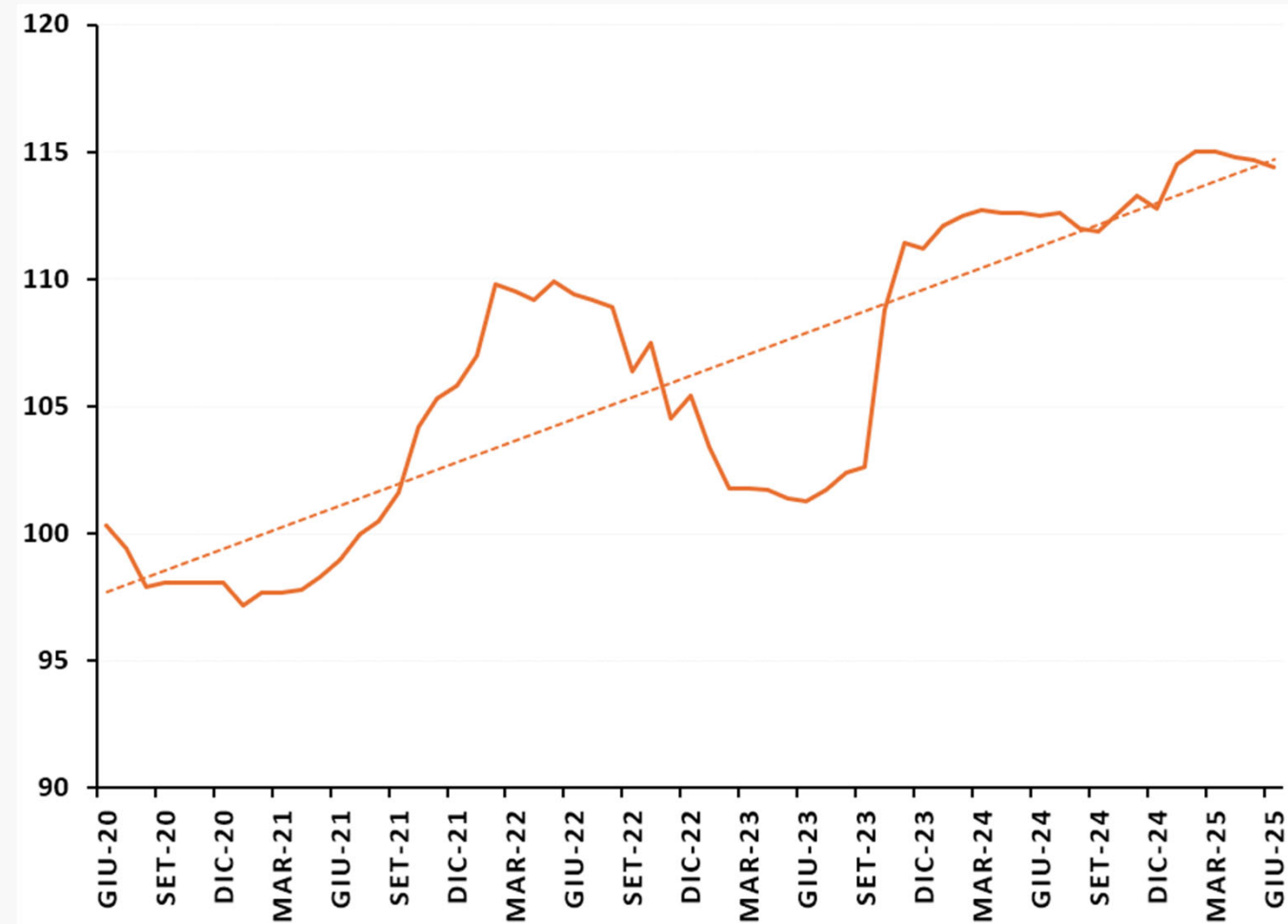


L'indice dei prezzi alla produzione del vino evidenzia una dinamica relativamente stabile e moderatamente crescente, confermando la maggiore resilienza del comparto vitivinicolo rispetto ad altri segmenti agricoli. Dopo una lieve flessione nel 2020-2021, i prezzi mostrano un incremento graduale fino al 2022, seguito da una fase di stabilizzazione su livelli superiori alla base di riferimento. Secondo *ISTAT*, nel 2024 la produzione di vino è cresciuta del +4%, pur rimanendo al di sotto della media dell'ultimo decennio a causa delle criticità climatiche registrate in diverse aree del Paese. **L'aumento dei prezzi alla produzione (+10,5%) riflette la tensione tra offerta contenuta e domanda sostenuta, in particolare sui mercati internazionali.** Il rafforzamento dei prezzi ha sorretto i valori di vendita del comparto vitivinicolo, contribuendo alla tenuta economica delle imprese e delle **cooperative**, che **continuano a svolgere un ruolo centrale nella valorizzazione delle produzioni e nell'accesso ai mercati esteri.**

I PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI DAGLI AGRICOLTORI:

VINI – numeri indice 2010=100 -

(Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT – estrazione 18/02/2026)



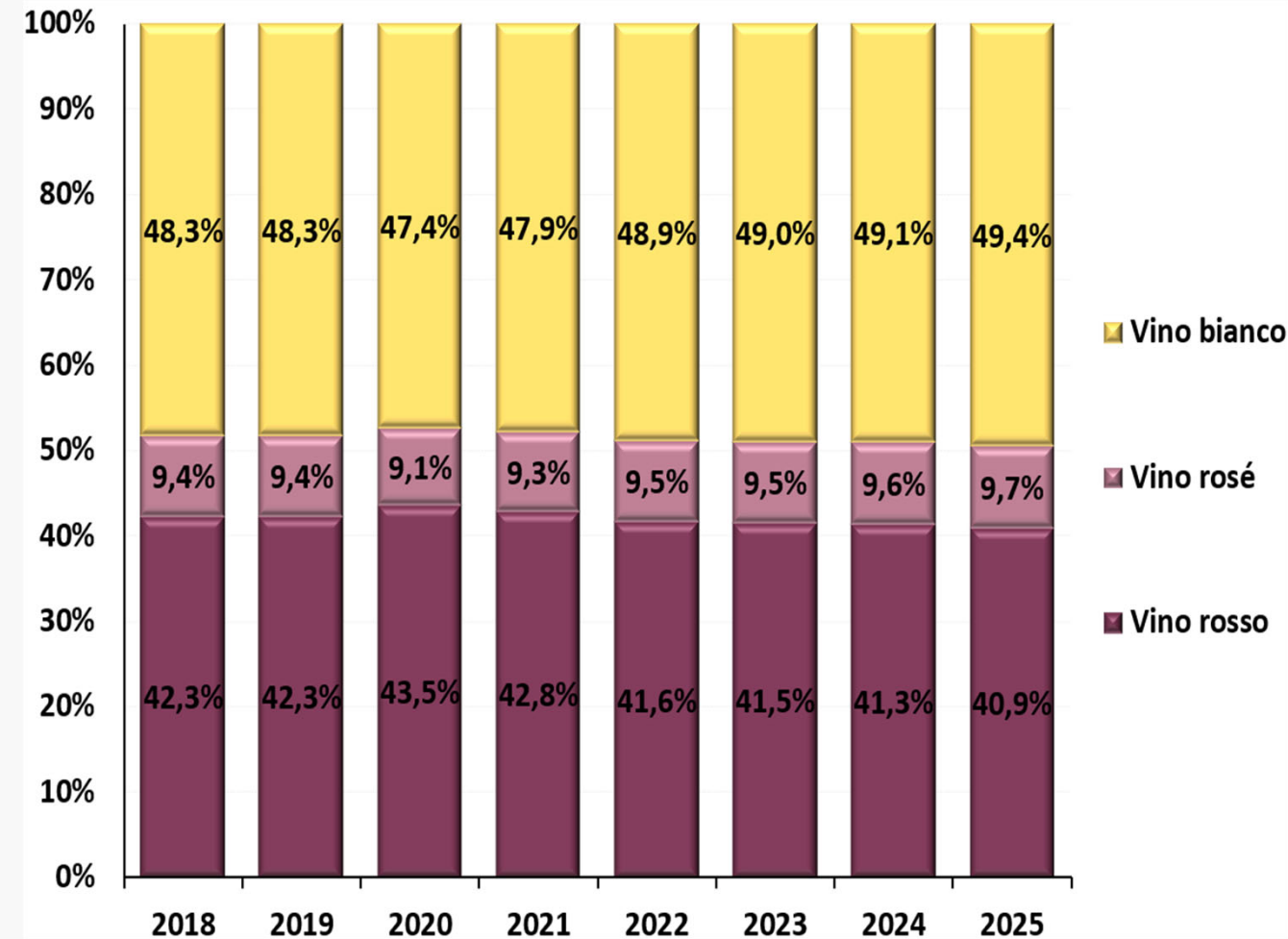
Il mercato dei vini in Italia per valori di vendita *off-trade* e *on-trade* e tipologia di prodotto (2018-2025)



Analizzando i valori di vendita del vino in Italia per tipologia di prodotto, emerge che nel 2025 la quota principale è attribuibile al vino bianco, che rappresenta il 49,4% del totale, pari a 6,4 miliardi di euro. Si tratta di un incremento rispetto al 48,3% registrato nel 2018. Segue il vino rosso, a cui è riconducibile il 40,9% delle vendite nel 2025 (circa 5,3 miliardi di euro), in diminuzione rispetto al 42,3% del 2018. Il vino rosé rappresenta il restante 9,7% del mercato, pari a 1,3 miliardi di euro, una quota che rimane sostanzialmente stabile lungo tutto il periodo analizzato. La ripartizione delle vendite per tipologia di vino evidenzia **un progressivo rafforzamento del vino bianco, sostenuto da tendenze di consumo che privilegiano prodotti più freschi, versatili e meno strutturati**. Il calo della quota del vino rosso riflette un rallentamento strutturale, legato a cambiamenti nelle preferenze dei consumatori e a un contesto di consumo più moderato. **La stabilità del rosé conferma un segmento ormai consolidato, sostenuto da una domanda costante ma priva di slanci significativi**. Nel complesso, il mercato appare orientato verso **vini più leggeri e contemporanei**, pur mantenendo equilibrio tra le principali tipologie.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL VINO IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA OFF-TRADE E ON-TRADE E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2018-2025) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



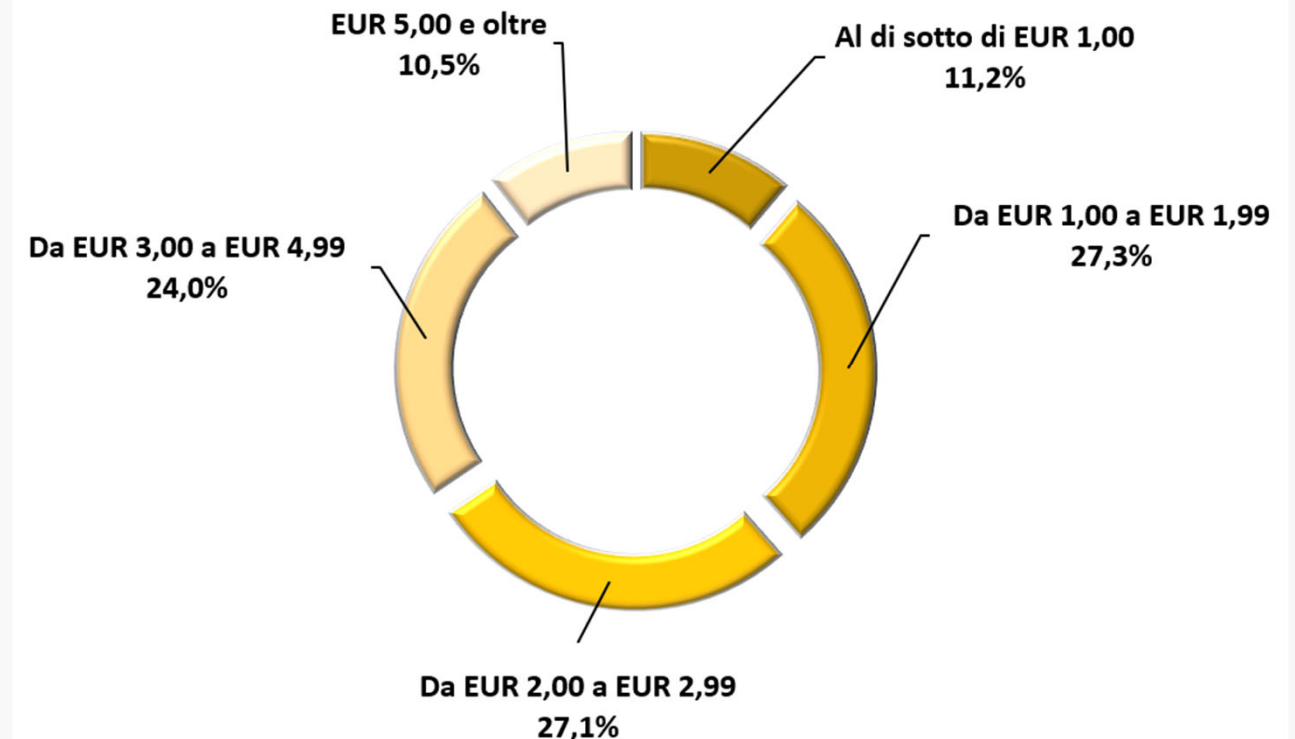
Il mercato dei vini bianchi in Italia: le fasce di prezzo (2024)



Con riferimento alle fasce di prezzo del vino bianco in Italia, emerge che la maggioranza assoluta dei consumatori, pari al 65,5% del totale, preferisce prodotti con un prezzo inferiore a 2,99 euro a bottiglia. Più nel dettaglio: il 27,3% dei consumatori sceglie vini nella fascia 1,00–1,99 euro; il 27,1% si colloca nella fascia 2,00–2,99 euro; l'11,2% acquista prevalentemente vini con un prezzo inferiore a 1,00 euro. La restante parte del mercato, pari a oltre il 34%, si orienta invece verso fasce di prezzo più elevate: il 24% acquista vini nella fascia 3,00–4,99 euro; il 10,5% preferisce vini con un prezzo superiore a 5,00 euro. La struttura della domanda di vino bianco in Italia evidenzia una **forte polarizzazione verso le fasce di prezzo più basse, confermando la sensibilità al prezzo tipica di un prodotto di largo consumo e caratterizzato da elevata frequenza di acquisto**. Al tempo stesso, oltre un terzo dei consumatori si orienta su fasce più alte, segnalando la **presenza di un segmento premium stabile e potenzialmente in crescita**, alimentato da consumatori più attenti alla qualità, all'origine e alle caratteristiche del prodotto. Nel complesso, il mercato combina un'importante componente di consumo economico con un nucleo significativo di acquisti orientati alla qualità, delineando una domanda eterogenea e stratificata.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL VINO BIANCO IN ITALIA PER FASCE DI PREZZO (2024) EURO PER LITRO -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



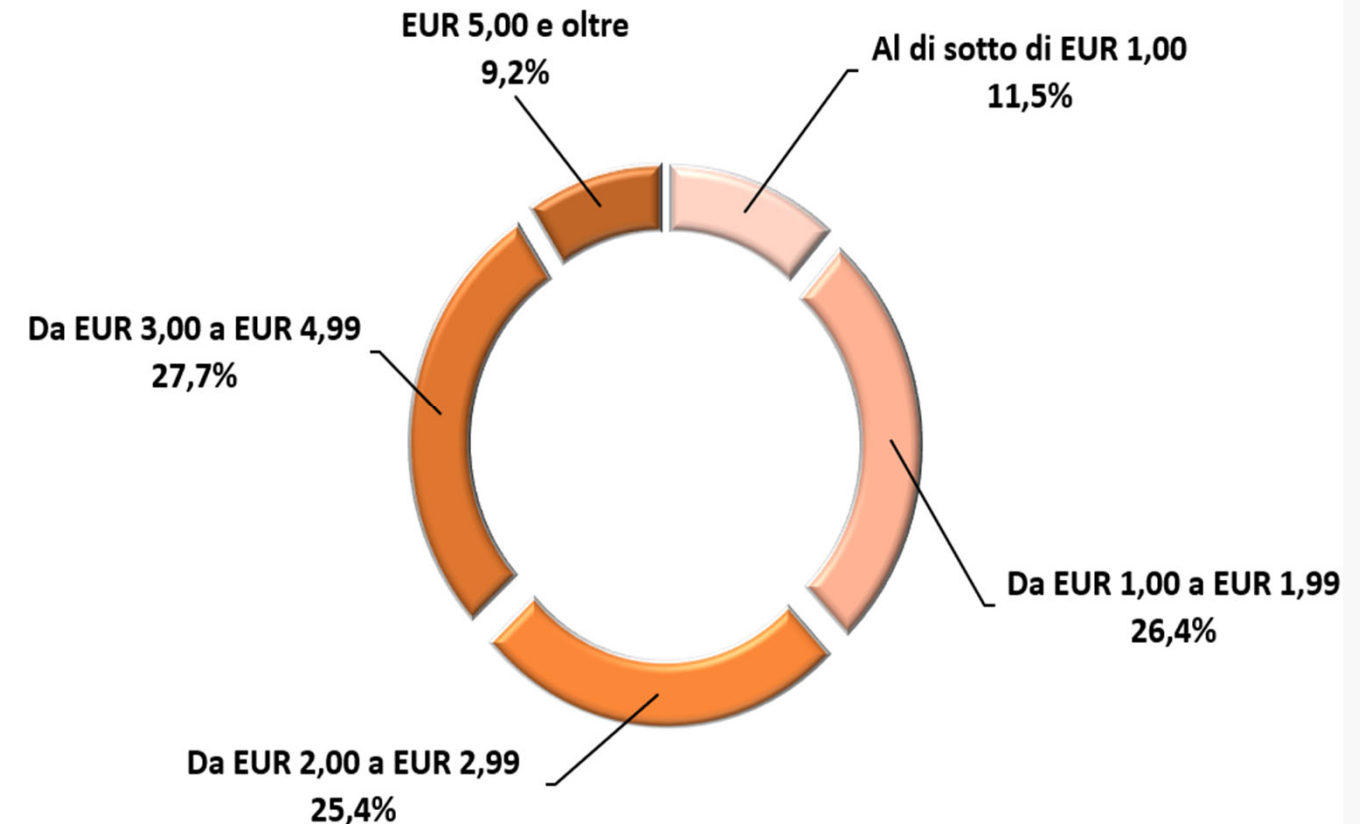
Il mercato dei vini rossi in Italia: le fasce di prezzo (2024)



Anche per il mercato del vino rosso in Italia emerge che la maggioranza assoluta dei consumatori, pari al 63,3% del totale, preferisce prodotti con un prezzo inferiore a 2,99 euro a bottiglia. Più nel dettaglio: il 26,4% dei consumatori acquista vini nella fascia 1,00-1,99 euro; il 25,4% si colloca nella fascia 2,00–2,99 euro; l'11,5% sceglie vini con un prezzo inferiore a 1,00 euro. La restante quota, pari a quasi il 37% dei consumatori, si orienta invece verso fasce di prezzo più elevate: il 27,7% privilegia vini nella fascia 3,00-4,99 euro; il 9,2% opta per vini dal prezzo superiore a 5,00 euro. La struttura della domanda del vino rosso rispecchia quella osservata per il vino bianco, confermando una forte concentrazione nelle fasce di prezzo più basse. Tuttavia, **il vino rosso presenta una leggera maggiore presenza nelle fasce medio-alte, segno di un segmento premium più consolidato, spesso legato a denominazioni di origine, affinamenti e percezioni di qualità più elevate.** Nel complesso, il mercato mostra **una composizione bifasica**: da un lato un consumo quotidiano e sensibile al prezzo, dall'altro un nucleo significativo di consumatori più attenti all'esperienza di qualità e disposti a riconoscere un valore superiore al prodotto.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL VINO ROSSO IN ITALIA PER FASCE DI PREZZO (2024) EURO PER LITRO -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



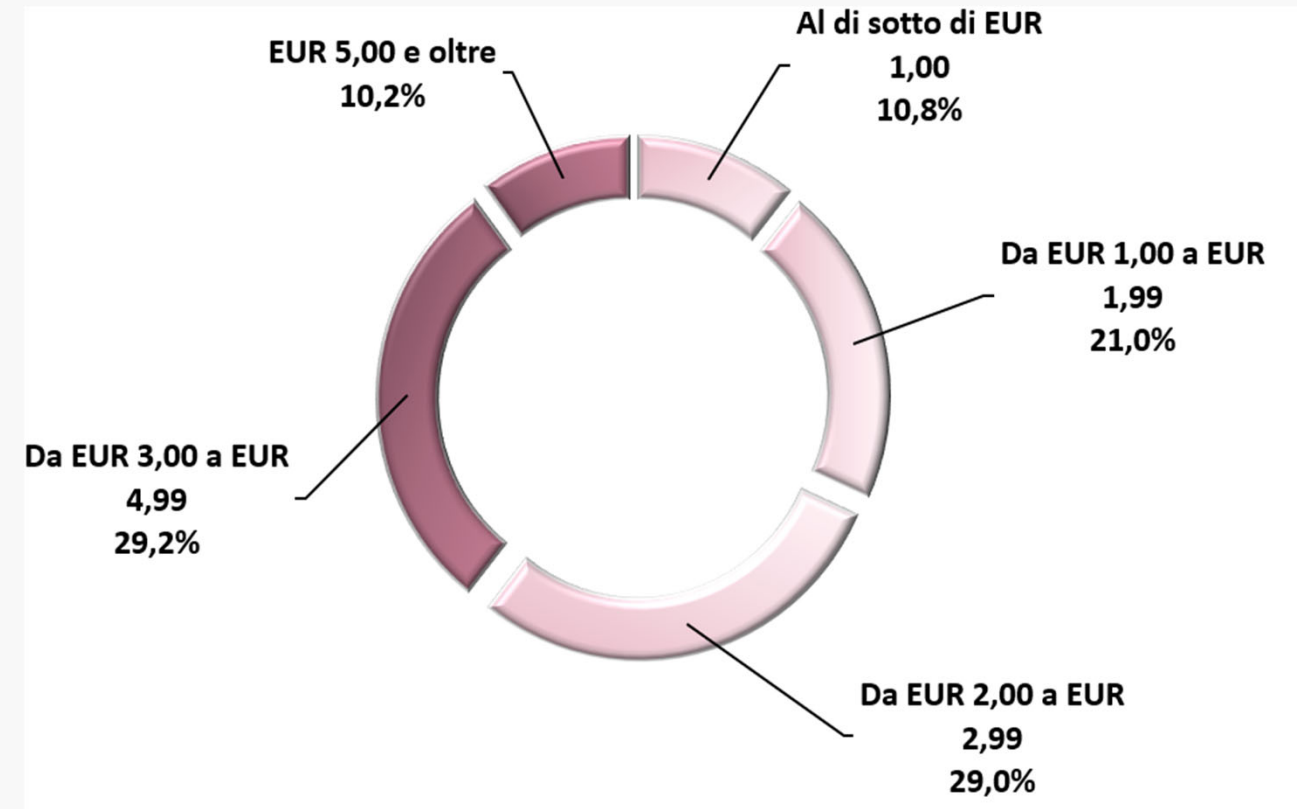
Il mercato dei vini rosé in Italia: le fasce di prezzo (2024)



Anche nel mercato del vino rosé in Italia si osserva una dinamica analoga a quella riscontrata per il vino bianco e rosso: la maggioranza assoluta dei consumatori, pari al 60,8% del totale, preferisce vini con un prezzo inferiore a 2,99 euro a bottiglia. Più in dettaglio: il 29% dei consumatori sceglie vini nella fascia 2,00-2,99 euro; il 21% si colloca nella fascia 1,00-1,99 euro; il 10,8% preferisce vini con un prezzo inferiore a 1,00 euro. Il restante segmento, pari a oltre il 39% dei consumatori di vino rosé, si orienta verso fasce di prezzo più alte: il 29,2% acquista vini nella fascia 3,00-4,99 euro; il 10,2% sceglie vini dal prezzo superiore a 5,00 euro. La struttura della domanda del vino rosé riflette un equilibrio simile a quello osservato per le altre tipologie di vino: un consumo ampio e molto sensibile al prezzo, concentrato nelle fasce più economiche, affiancato da un segmento premium in crescita, pari a quasi il 40% dei consumatori. Questo indica che **il rosé sta consolidando la propria presenza non solo nel consumo quotidiano (fasce più economiche) ma anche in fasce di prezzo più elevate, trainato da una percezione crescente di freschezza, modernità e versatilità**. Nel complesso, il rosé mostra una domanda trasversale, che spazia dal consumo accessibile a un nucleo di consumatori più orientati alla qualità.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEL VINO ROSÉ IN ITALIA PER FASCE DI PREZZO (2024) EURO PER LITRO -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



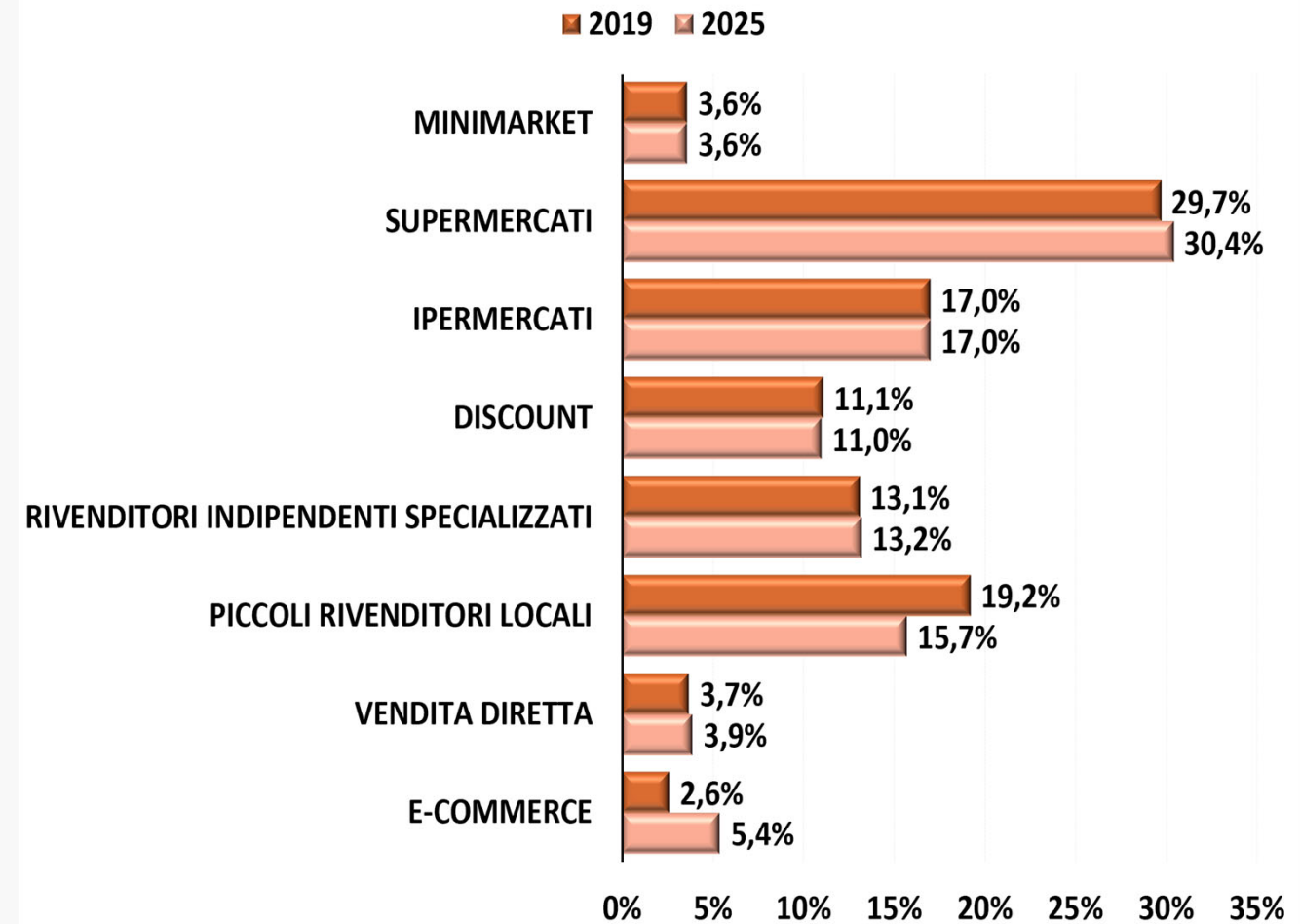
I canali distributivi del mercato dei vini in Italia per valori di vendita *off-trade* (2019 e 2025)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione *off-trade* del vino evidenzia la **centralità dei supermercati**, che aumentano la propria quota dal **29,7% al 30,4%**, consolidando il ruolo della grande distribuzione come principale canale di accesso al prodotto. Gli *ipermercati* mantengono una quota stabile (17%), mentre i *discount* restano intorno all'11%, segnalando una crescente attenzione al prezzo da parte dei consumatori, in un contesto di inflazione alimentare e compressione del potere d'acquisto. Si osserva una riduzione significativa del peso dei *piccoli rivenditori locali*, che passano dal 19,2% al 15,7%, riflettendo la trasformazione del tessuto commerciale e la crescente concentrazione della distribuzione. Parallelamente, **l'e-commerce raddoppia la propria quota, dal 2,6% al 5,4%**, evidenziando un cambiamento strutturale nei comportamenti di acquisto e una maggiore familiarità dei consumatori con le piattaforme digitali. Nel medio periodo, tali dinamiche indicano una progressiva polarizzazione del mercato tra canali orientati alla convenienza e canali digitali ad alto contenuto di servizio. **Per le cooperative vitivinicole, ciò implica la necessità di rafforzare la presenza nella GDO, sviluppare strategie di vendita diretta e investire nell'e-commerce, al fine di intercettare nuovi segmenti di domanda e migliorare i margini.**

LA DISTRIBUZIONE DEI VINI IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *OFF-TRADE* (2018 e 2025) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di *sparkling wine* italiani: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Gli *sparkling wine* mostrano una crescita costante (+6,6% nel 2024 rispetto al 2019), raggiungendo 2,5 miliardi di dollari e rafforzando il proprio peso nel segmento vinicolo. Stati Uniti e Regno Unito assorbono oltre metà della domanda mondiale, confermando un’elevata concentrazione nei mercati anglosassoni. **Buone performance emergono anche in Svizzera e nei paesi scandinavi, segno di espansione nei mercati ad alto reddito.** Il segmento si conferma tra i più dinamici del comparto, sostenuto da una crescente preferenza per le tipologie spumanti.

LE IMPORTAZIONI DI SPARKLING WINE IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - *valori assoluti in milioni di USD e %* -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 220410 - VINI SPUMANTI DI UVE FRESCHE)

PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2019	Quota sul totale 2024 (%)
STATI UNITI	505	478	637	711	652	724	7,5%	28,8%
REGNO UNITO	383	338	369	526	567	587	8,9%	23,4%
GERMANIA	98	99	136	125	140	127	5,4%	5,1%
SVIZZERA	59	63	79	84	116	121	15,5%	4,8%
CANADA	67	69	81	84	95	88	5,6%	3,5%
OLANDA	57	55	74	83	78	84	8,3%	3,4%
FRANCIA	32	35	45	44	55	61	13,6%	2,4%
GIAPPONE	28	38	34	53	69	58	15,4%	2,3%
SVEZIA	14	38	49	46	54	55	32,1%	2,2%
DANIMARCA	14	20	30	17	32	43	25,8%	1,7%
ALTRI	562	534	684	552	570	561	0,0%	22,4%
TOTALE	1.819	1.767	2.219	2.325	2.429	2.509	6,6%	100%

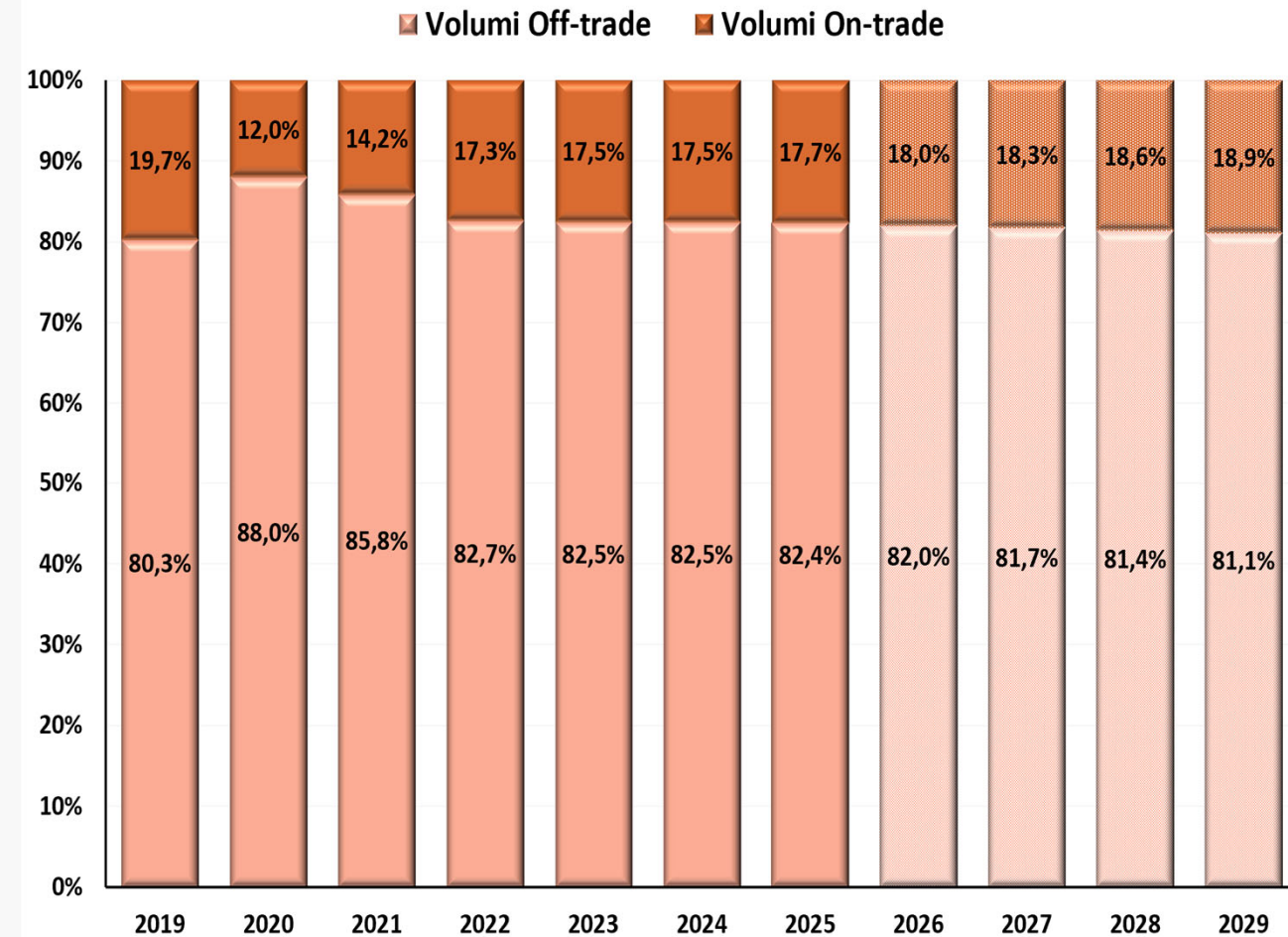
Il mercato degli *sparkling wine* in Italia: volumi per canale di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato degli *sparkling wine* in Italia evidenzia una netta prevalenza del canale *off-trade*, che si attesta all'82,4% nel 2025, in lieve flessione rispetto all'80,3% del 2019 ma dopo il picco dell'88% nel 2020. Tale dinamica riflette la forte componente domestica del consumo di spumanti, spesso associato a occasioni celebrative e festività, che nel 2020 si sono svolte prevalentemente in ambito familiare. **Il recupero dell'*on-trade* fino al 17,7% nel 2025 è sostenuto dalla ripresa della ristorazione e degli eventi sociali, nonché dalla crescente diffusione degli *sparkling wine* come aperitivo e bevanda conviviale.** La versatilità del prodotto, che si adatta a diversi momenti di consumo, contribuisce a sostenere la domanda in entrambi i canali. Nel periodo 2026-2029, secondo i dati *Euromonitor International*, si prevede una graduale crescita dell'*on-trade* fino al 18,9%, segnalando un rafforzamento del consumo fuori casa. Tale dinamica è coerente con l'espansione del turismo, **la diffusione di format di ristorazione informale e la crescente popolarità degli aperitivi, che rappresentano un importante driver di consumo per gli *sparkling wine* italiani.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEGLI *SPARKLING WINE* IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) PER CANALI DI VENDITA - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



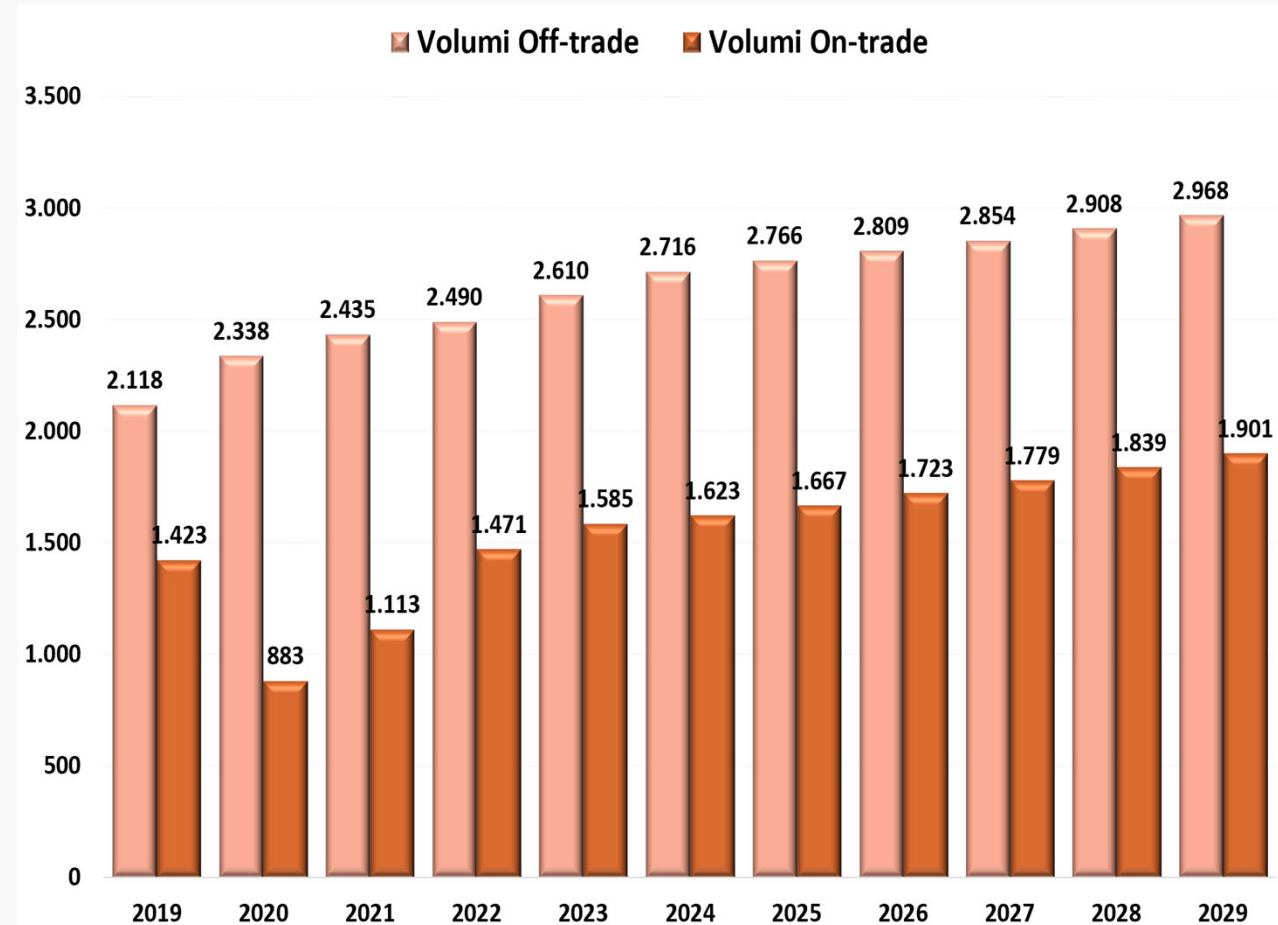
Il mercato degli *sparkling wine* in Italia: valori di vendita nei canali *off-trade* e *on-trade* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, i valori di vendita degli *sparkling wine* mostrano una crescita significativa in entrambi i canali. Il valore *off-trade* passa da 2.118 a 2.766 milioni di dollari, sostenuto dall'ampliamento dell'offerta e dalla crescente accessibilità del prodotto nella grande distribuzione. L'*on-trade*, dopo la contrazione del 2020, recupera fino a 1.667 milioni nel 2025, trainato dalla ripresa degli eventi sociali, del turismo e della ristorazione. La crescita del valore è inoltre riconducibile al **miglioramento della qualità dell'offerta, con una crescente domanda di denominazioni di qualità e di prodotti legati al territorio**. Gli *sparkling wine* italiani beneficiano di una forte reputazione internazionale, che rafforza la percezione di qualità anche sul mercato domestico. Nel periodo 2026-2029, secondo i dati *Euromonitor International*, si prevede un'ulteriore crescita dei valori, con l'*off-trade* che raggiunge 2.968 milioni di dollari e l'*on-trade* 1.901 milioni. **L'espansione sarà sostenuta dalla diffusione del consumo occasionale, dall'innovazione nei formati (bottiglie di piccolo formato, lattine premium) e dall'integrazione con il canale digitale. Per le cooperative, ciò rappresenta un'opportunità per diversificare l'offerta e rafforzare il posizionamento nei segmenti a maggiore valore aggiunto.**

I VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEGLI SPARKLING WINE IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) NEI CANALI OFF-TRADE E ON-TRADE - valori assoluti, milioni di dollari -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



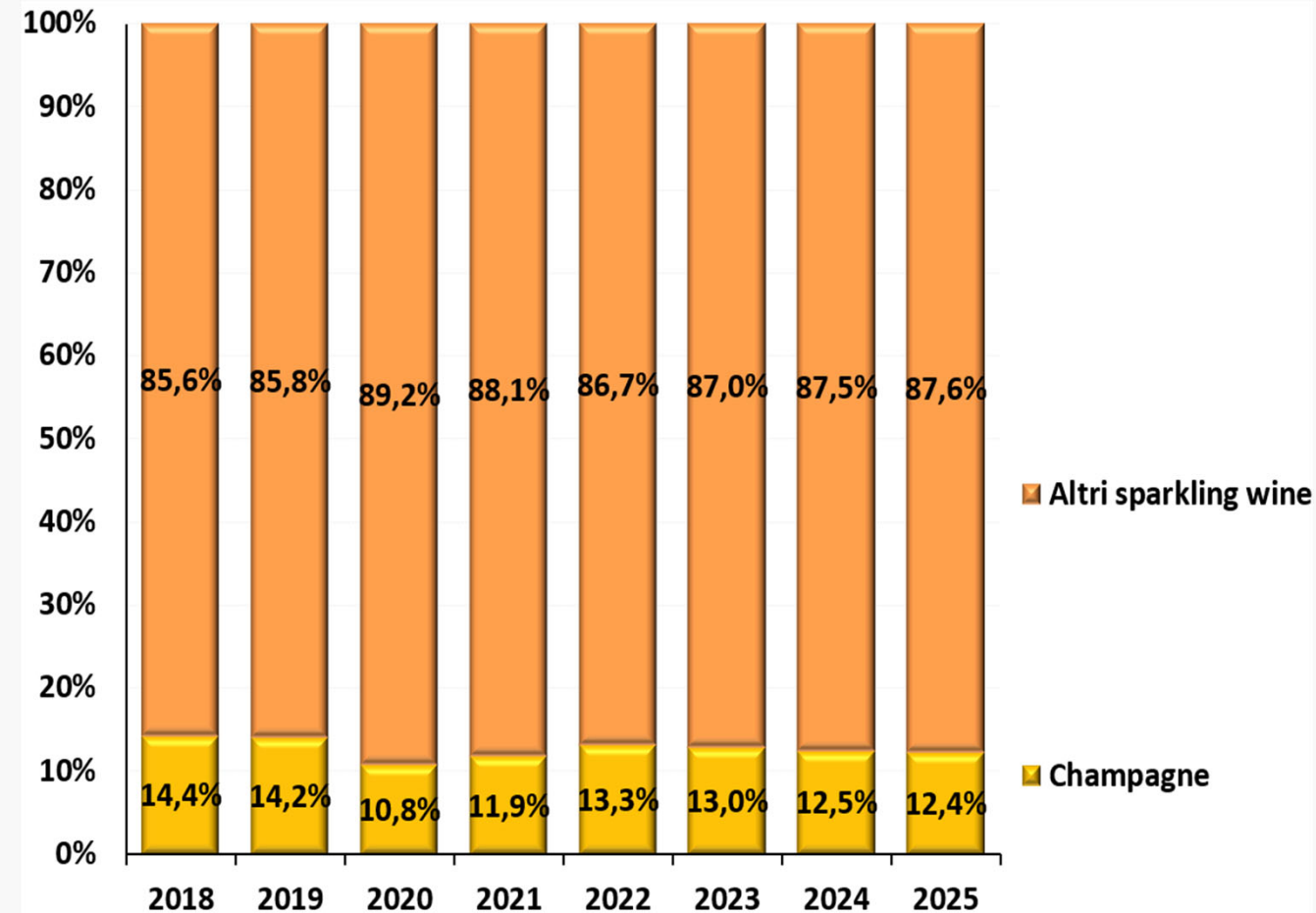
Il mercato degli *sparkling wine* in Italia per valori di vendita *off-trade* e *on-trade* e tipologia di prodotto (2018-2025)



Analizzando la ripartizione dei valori di vendita degli *sparkling wine* in Italia nel 2025, emerge che la quota largamente predominante è attribuibile alla categoria degli *altri sparkling wine*, che rappresentano l'87,6% del mercato, pari a oltre 3,8 miliardi di euro. Questa quota risulta in crescita rispetto al 85,6% registrato nel 2018. Lo champagne rappresenta invece il 12,4% delle vendite totali nel 2025, per un valore di 548,6 milioni di euro, in calo rispetto al 14,3% osservato nel 2018. **La struttura del mercato evidenzia in modo netto la forza competitiva degli *sparkling wine* non champagne, che continuano a guadagnare terreno grazie a un posizionamento più accessibile, a un'offerta ampia e diversificata e al consolidamento del Prosecco come icona internazionale.** Il calo della quota dello champagne suggerisce una parziale riduzione della domanda, probabilmente legata sia alla crescente concorrenza domestica sia a dinamiche di prezzo meno favorevoli in un contesto di consumo più attento. **Nel complesso, il comparto evidenzia un processo di democratizzazione delle bollicine**, con un mercato che privilegia prodotti di qualità a prezzi competitivi.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEGLI SPARKLING WINE IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *OFF-TRADE* E *ON-TRADE* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2018-2025) -% -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



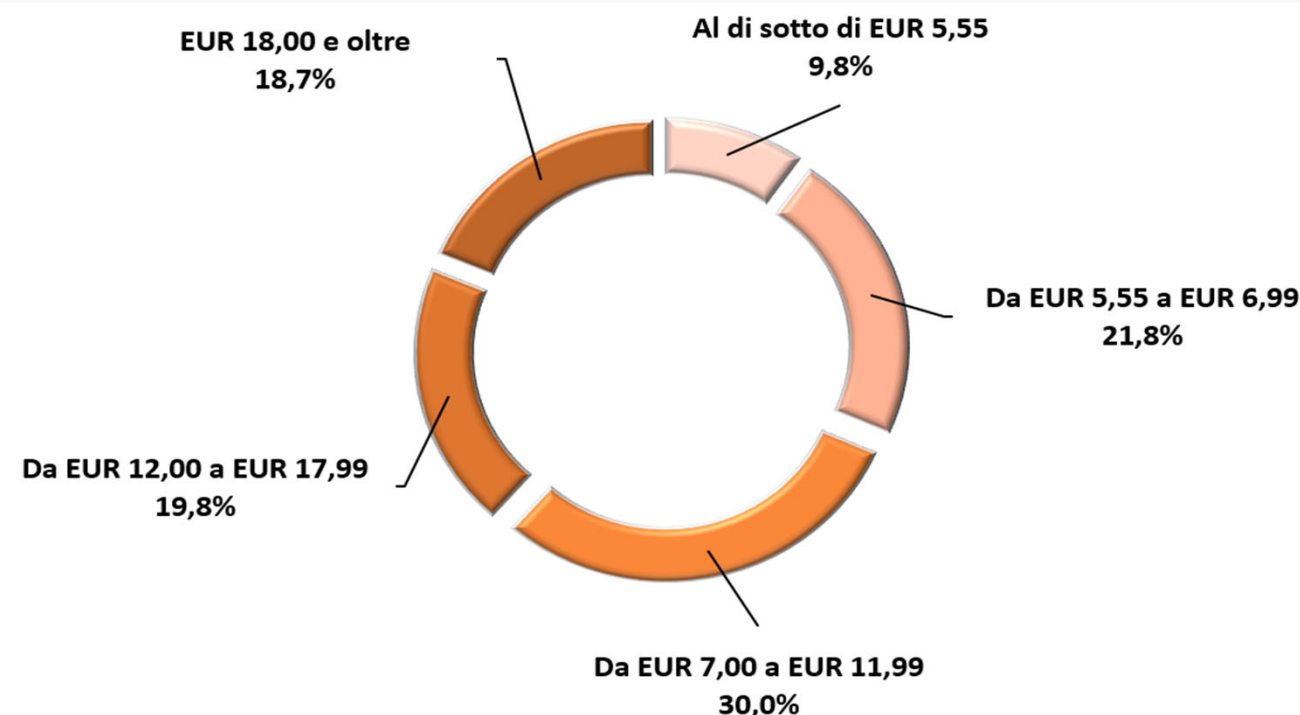
Il mercato degli *sparkling wine* in Italia: le fasce di prezzo (2024)



Analizzando le fasce di prezzo degli *sparkling wine* in Italia, emerge che la maggioranza assoluta dei consumatori - pari al 61,6% del totale - preferisce prodotti con un prezzo inferiore a 12,00 euro. Più nel dettaglio: il 30% dei consumatori acquista vini nella fascia 7,00-11,99 euro; il 21,8% si colloca nella fascia 5,55-6,99 euro; il 9,8% sceglie vini con un prezzo inferiore a 5,55 euro. Il restante 38,5% dei consumatori orienta invece le proprie preferenze verso gli *sparkling wine* con un prezzo pari o superiore a 12,00 euro: il 19,8% acquista vini nella fascia 12,00-17,99 euro; il 18,7% si colloca nella fascia oltre i 18,00 euro. **Il mercato degli *sparkling wine* mostra una domanda fortemente polarizzata.** Da un lato prevale una fascia ampia di consumatori attenti al prezzo, che sceglie prodotti sotto i 12 euro, tipici del consumo quotidiano e delle bollicine più accessibili. **Dall'altro, quasi il 40% del mercato si orienta verso fasce medio-alte e premium, un dato più elevato rispetto a quanto osservato per i vini fermi.** Questo riflette il ruolo degli *sparkling wine* come prodotto associato a momenti celebrativi, *gifting* e consumo fuori casa, dove la disponibilità a spendere è maggiore. Complessivamente, il segmento evidenzia una duplice natura: **un mercato di massa dinamico e competitivo, e un segmento premium particolarmente robusto e in crescita.**

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEGLI SPARKLING WINE IN ITALIA PER FASCE DI PREZZO (2024) EURO PER LITRO -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)





Il mercato dell'olio di oliva



Il mercato dell'olio di oliva: un quadro di sintesi

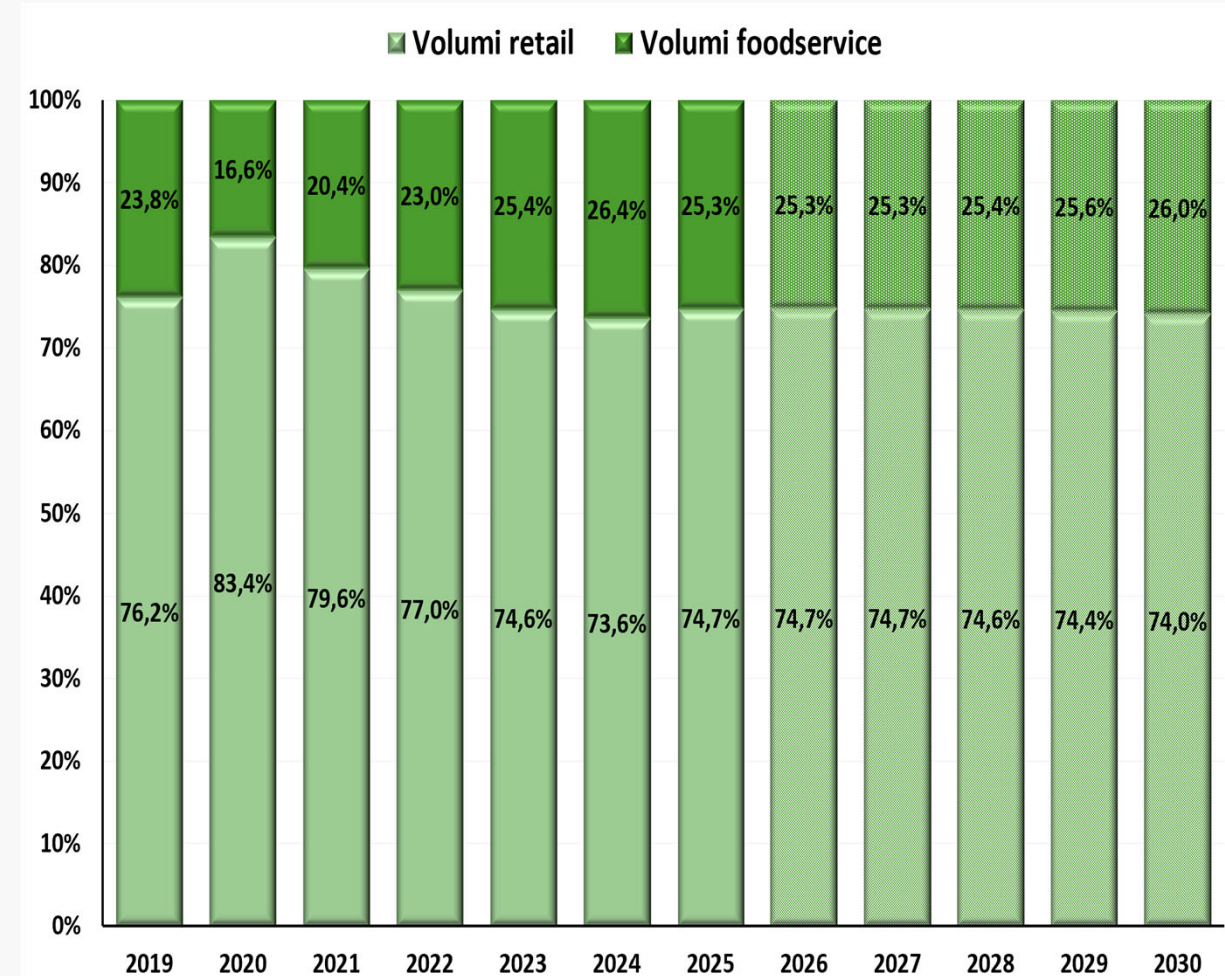
- 1. La dinamica della domanda mondiale dell'olio di oliva e la domanda estera di olio di oliva italiano:** Nel periodo 2019-2025 il mercato mondiale dell'olio di oliva mantiene una forte prevalenza del *retail*, che dopo il picco pandemico torna al 74,7%, mentre il *foodservice* risale al 25,3% grazie alla ripresa della ristorazione e alla diffusione della cucina mediterranea. La centralità del *retail* riflette il ruolo dell'olio d'oliva nella cucina domestica, mentre la crescita del *foodservice* indica l'espansione dei consumi fuori casa nei mercati emergenti. Il valore *retail* mondiale cresce rapidamente da 13,8 a 23,8 miliardi di dollari, sostenuto da domanda in aumento, tensioni climatiche sui raccolti e costi energetici e logistici elevati. L'olio d'oliva si afferma come prodotto premium associato a salute, qualità e sostenibilità, attirando nuovi consumatori anche fuori dall'area mediterranea. Nel periodo 2026-2030 il valore è previsto raggiungere 37,2 miliardi di dollari, trainato dalla dieta mediterranea e dalla crescita dei redditi nei paesi emergenti, pur con rischi legati alla volatilità climatica. Complessivamente il settore combina una solida base di consumo domestico con una crescente espansione globale. Le importazioni mondiali di olio di oliva italiano raddoppiano tra 2019 e 2024 superando i 3 miliardi di dollari, indicando una domanda in forte accelerazione. Gli Stati Uniti emergono come principale mercato, assorbendo oltre un terzo del totale, mentre Germania e Francia consolidano il loro peso all'interno dell'UE. Parallelamente si affermano nuovi mercati dinamici come Corea del Sud e Australia, che testimoniano l'ampliamento della domanda in aree extra-mediterranee.
- 2. La dinamica del mercato italiano dell'olio di oliva:** Nel periodo 2019-2025 il mercato italiano dell'olio di oliva mostra una forte prevalenza del *retail*, che raggiunge l'81,3% nel 2025 dopo il picco del 2020 legato al trasferimento dei consumi in ambito domestico, mentre il *foodservice* risale progressivamente fino al 18,7% con la ripresa della ristorazione e del turismo. La tenuta del *retail* riflette il ruolo dell'olio d'oliva come componente quotidiana della dieta mediterranea e la centralità del consumo domestico, mentre l'Horeca mantiene una funzione strategica per la valorizzazione dei prodotti di qualità. Nel periodo 2026-2030 la quota *retail* è prevista in lieve crescita all'81,9%, evidenziando la stabilità dei modelli di consumo delle famiglie. Il valore *retail* cresce da 1.184 a 2.105 milioni di euro tra 2019 e 2025, trainato dall'aumento dei prezzi dovuto a raccolti ridotti, costi energetici elevati e rincari dei materiali di confezionamento e dei trasporti. La dinamica riflette anche la crescente domanda di oli biologici, DOP e di alta qualità, sostenuta da maggiore attenzione a tracciabilità e naturalità. L'olio d'oliva continua a beneficiare della sua forte reputazione salutistica e del legame con la tradizione culinaria italiana. Per il periodo 2026-2030 si prevede un ulteriore aumento del valore fino a 2.533 milioni di euro, grazie all'innovazione nel packaging, alla *premiumizzazione* e alla valorizzazione delle filiere territoriali. Restano tuttavia rilevanti i rischi legati alla volatilità climatica e alla pressione sui costi di produzione, elementi decisivi per la competitività del comparto.

Il mercato mondiale dell'olio di oliva: i volumi (2019-2025) e previsionali (2026-2030) per canale di vendita



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato mondiale dell'olio di oliva evidenzia una prevalenza del canale *retail*, che passa dal 76,2% del 2019 al 74,7% nel 2025, dopo il picco dell'83,4% registrato nel 2020. Tale anomalia è riconducibile alle restrizioni pandemiche e al conseguente aumento dei consumi domestici, che hanno favorito l'acquisto di prodotti di base della dieta quotidiana. Nel periodo successivo si osserva un progressivo riequilibrio con il *foodservice*, che recupera fino al 25,3% nel 2025, sostenuto dalla ripresa della ristorazione e del turismo internazionale. Dal punto di vista strutturale, la predominanza del *retail* riflette il ruolo dell'olio di oliva come ingrediente essenziale nella preparazione domestica dei pasti, in particolare nei paesi mediterranei. Tuttavia, **la crescita del *foodservice* evidenzia l'espansione della ristorazione mediterranea a livello globale e la crescente diffusione di modelli alimentari salutistici che valorizzano l'uso dell'olio di oliva.** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione per canale si mantiene relativamente stabile, con il *retail* intorno al 74% e il *foodservice* in lieve crescita fino al 26%. Tale dinamica riflette il consolidamento dell'olio di oliva come prodotto di base nelle cucine domestiche, ma anche la crescente domanda del settore della ristorazione, **in particolare nei mercati emergenti**, dove la dieta mediterranea è sempre più associata a salute e qualità.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) PER CANALE DI VENDITA - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

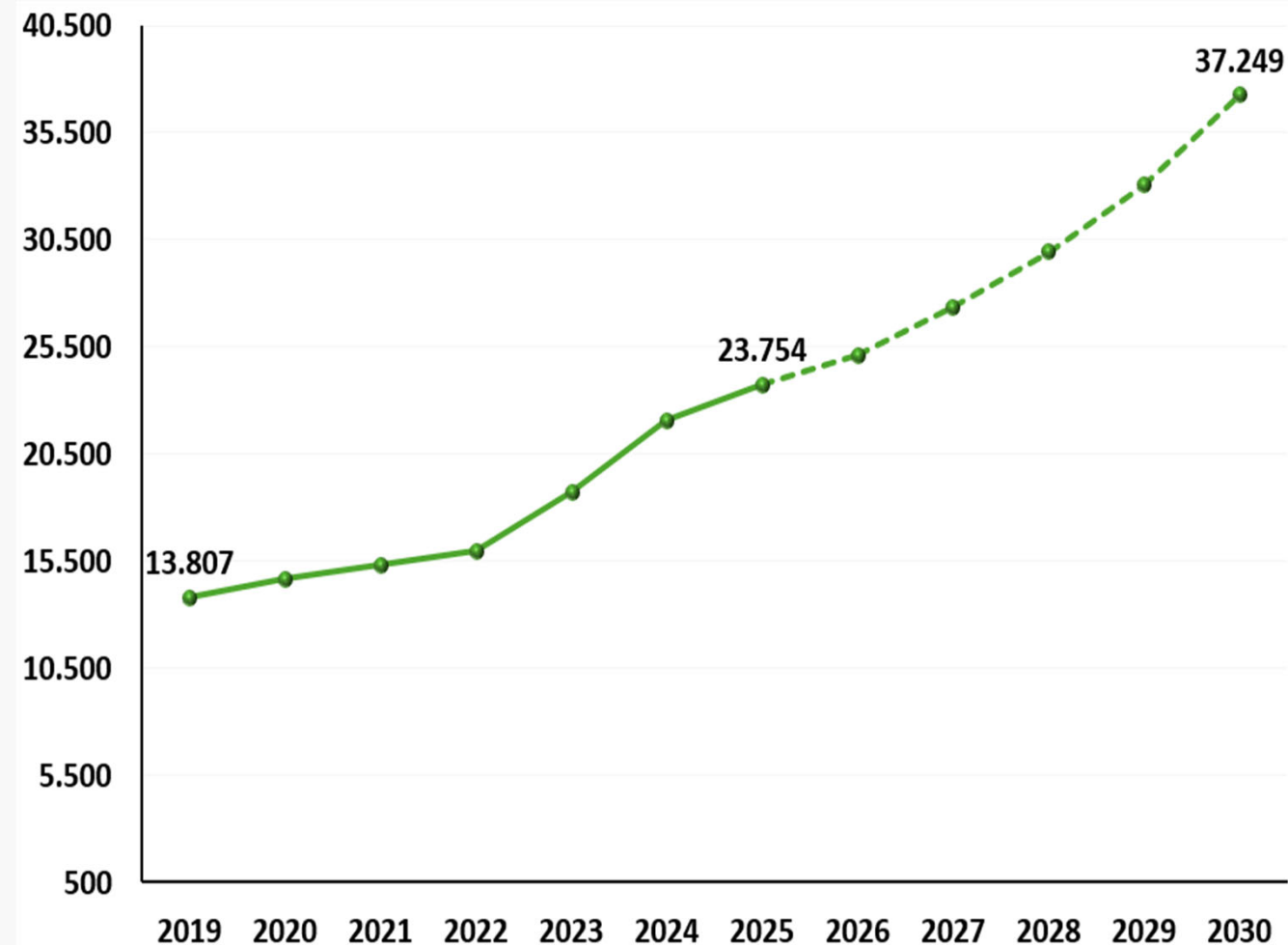


Il mercato mondiale dell'olio di oliva: i valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* mondiale dell'olio di oliva cresce da 13.807 a 23.754 milioni di dollari, evidenziando una dinamica espansiva particolarmente sostenuta negli ultimi anni del periodo. L'aumento è attribuibile a diversi fattori: la crescita della domanda globale, le tensioni sull'offerta dovute a eventi climatici estremi nei principali paesi produttori e l'incremento dei costi energetici e logistici, che hanno determinato un significativo aumento dei prezzi al consumo. **La crescente attenzione dei consumatori verso alimenti salutarì e naturali ha ulteriormente rafforzato la domanda, mentre l'espansione delle classi medie nei paesi emergenti ha ampliato la base di consumo. L'olio di oliva è sempre più percepito come un prodotto premium, associato a qualità nutrizionale e sostenibilità.** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 37.249 milioni di dollari. Tale espansione sarà sostenuta dalla diffusione della dieta mediterranea, dall'aumento del reddito disponibile nei paesi emergenti e dalla premiumizzazione dell'offerta. Tuttavia, la volatilità climatica e la scarsità idrica rappresentano fattori di rischio per la stabilità dell'offerta e dei prezzi, rendendo cruciale l'adozione di pratiche agricole sostenibili.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di dollari -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di olio di oliva italiano: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



L’olio di oliva rappresenta il comparto più dinamico: le importazioni mondiali raddoppiano rispetto al 2019, superando 3 miliardi di dollari. Gli Stati Uniti assorbono oltre un terzo del totale e trainano la crescita, seguiti da Germania e Francia, che rafforzano il proprio peso. **Emergono nuovi mercati in forte espansione, come Corea del Sud e Australia**, indicativi di un ampliamento della base di consumo. Il segmento mostra una crescente internazionalizzazione e un deciso rafforzamento della domanda globale, con una struttura meno concentrata rispetto al passato.

LE IMPORTAZIONI DI OLIO DI OLIVA IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 1509 - OLIO DI OLIVA E SUE FRAZIONI)

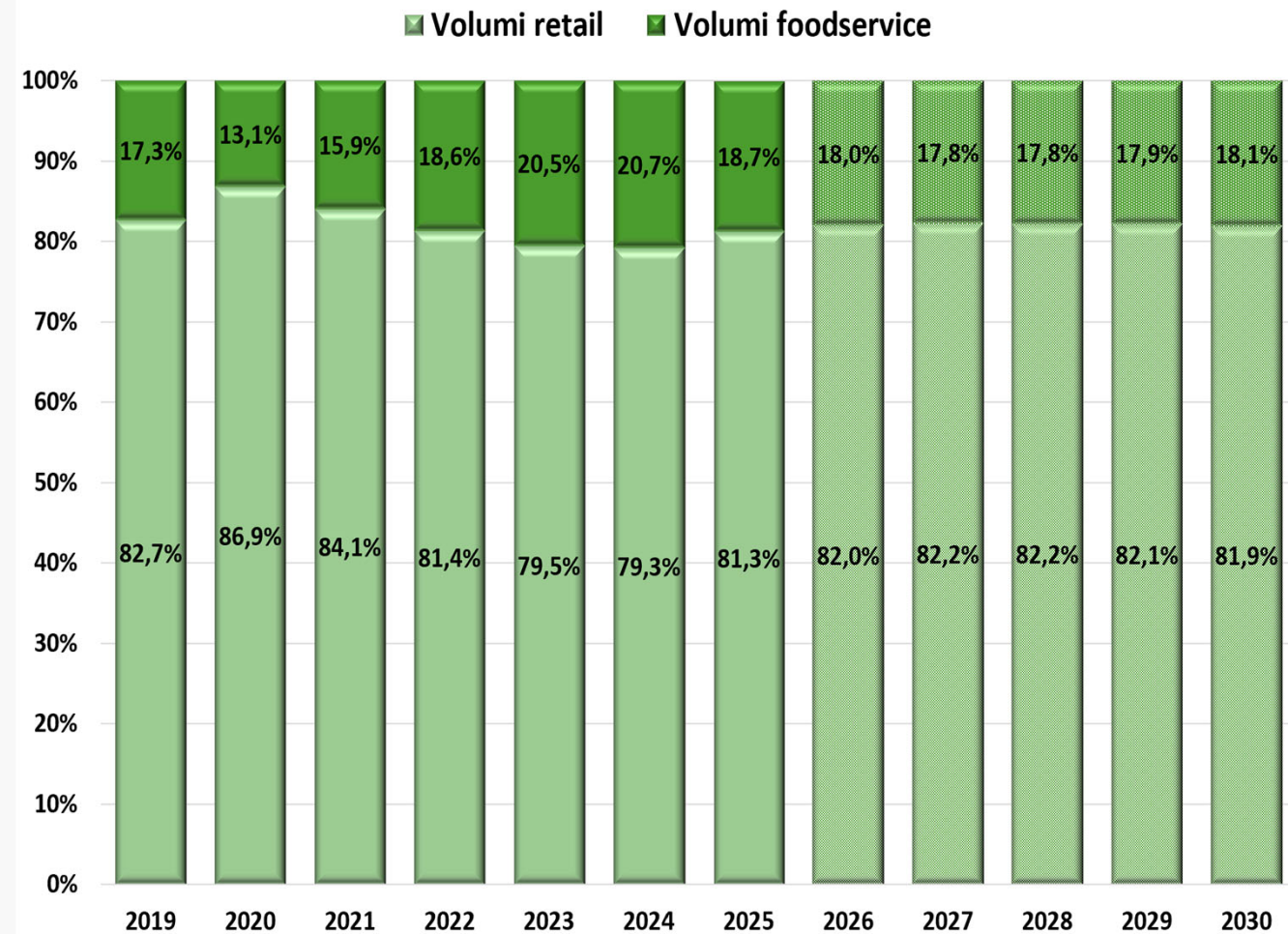
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2023	Quota sul totale 2024 (%)
STATI UNITI	497	524	530	635	723	1.062	46,8%	35,3%
GERMANIA	186	211	236	201	233	367	57,8%	12,2%
FRANCIA	97	131	143	139	136	186	36,7%	6,2%
GIAPPONE	126	105	109	114	116	161	38,3%	5,4%
REGNO UNITO	70	79	75	95	104	137	32,0%	4,6%
CANADA	79	75	73	97	90	115	27,7%	3,8%
SPAGNA	11	25	39	33	110	106	-3,7%	3,5%
SVIZZERA	49	63	67	62	70	95	36,2%	3,2%
COREA DEL SUD	18	18	27	31	29	72	144,1%	2,4%
AUSTRALIA	22	19	21	24	25	68	174,9%	2,3%
ALTRI	374	398	466	454	476	637	33,9%	21,2%
TOTALE	1.528	1.648	1.787	1.885	2.111	3.004	42,3%	100%

Il mercato dell'olio di oliva in Italia: volumi (2019-2025) e previsionali (2026-2030) per canale di vendita



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato italiano dell'olio di oliva evidenzia una netta prevalenza del canale *retail*, che si attesta all'81,3% nel 2025, in linea con la forte componente domestica del consumo. Il picco dell'86,9% nel 2020 riflette il trasferimento straordinario dei consumi verso l'ambito domestico durante la pandemia, mentre negli anni successivi si osserva un graduale riequilibrio con il *foodservice*, che recupera fino al 18,7% nel 2025. **La predominanza del *retail* è riconducibile al ruolo dell'olio di oliva come prodotto essenziale nella dieta mediterranea e alla sua presenza quotidiana nelle abitudini alimentari delle famiglie italiane.** Il *foodservice*, pur rappresentando una quota minoritaria, svolge un ruolo strategico nella valorizzazione dell'olio di qualità, in particolare nei segmenti della ristorazione di fascia medio-alta e del turismo enogastronomico. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la quota *retail* è prevista in lieve crescita fino all'81,9%, segnalando una stabilizzazione dei modelli di consumo domestico. **La domanda nel canale Horeca rimarrà sostenuta dal turismo e dalla ristorazione di qualità, ma non sarà sufficiente a modificare significativamente l'equilibrio complessivo.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) PER CANALE DI VENDITA - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



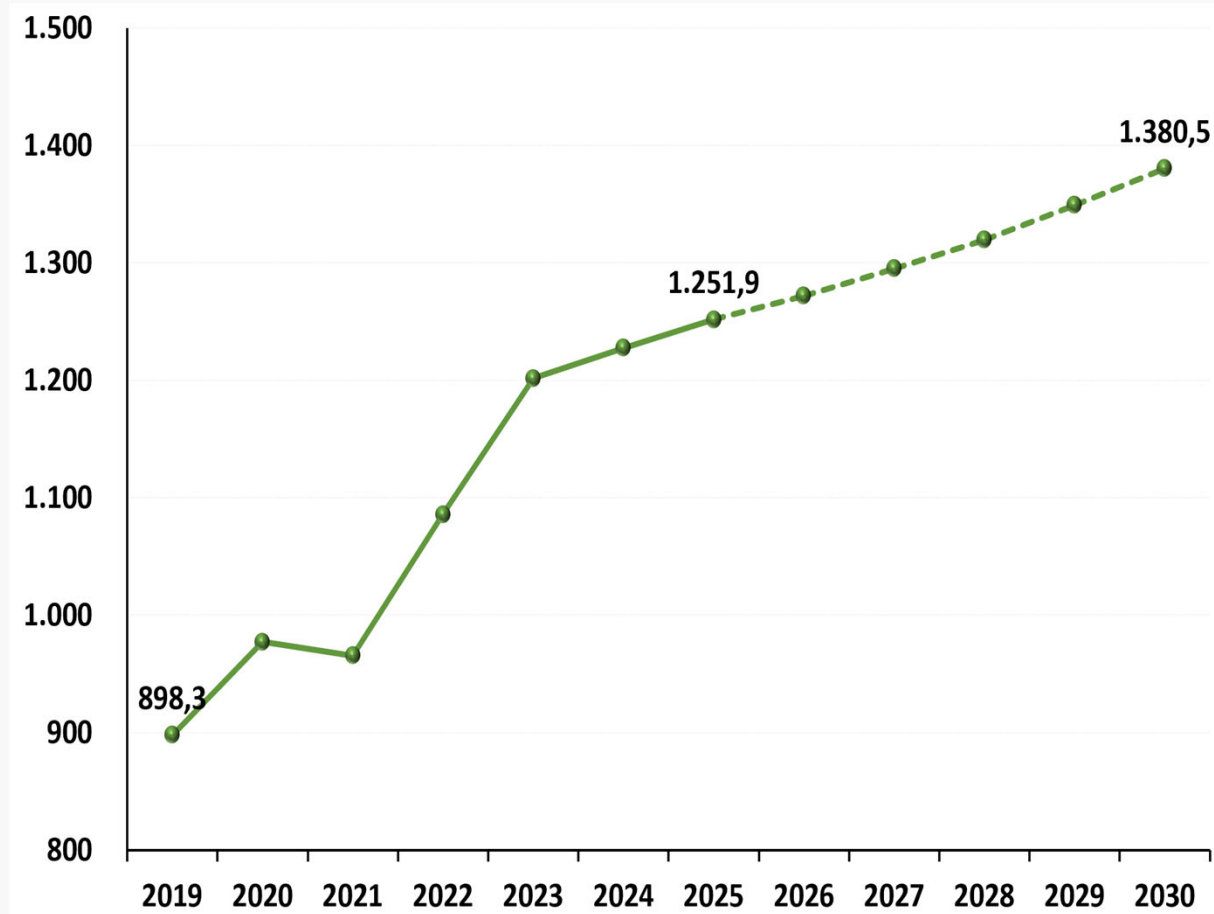
Il mercato dell'olio di oliva in Italia: i valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* dell'olio di oliva in Italia cresce da 1.184 a 2.105 milioni di euro, evidenziando un incremento particolarmente marcato a partire dal 2023. Tale dinamica è riconducibile principalmente all'aumento dei prezzi, determinato dalla **riduzione dei raccolti in alcuni paesi produttori, dall'incremento dei costi energetici e dall'aumento dei costi di confezionamento e trasporto**. La crescita del valore riflette inoltre la **crescente domanda di oli di qualità, biologici e a denominazione di origine protetta**, che presentano un prezzo medio superiore. Dal lato della domanda, l'olio di oliva continua a beneficiare della percezione di alimento salutare e naturale, nonché del legame con la tradizione culinaria italiana. **La valorizzazione delle produzioni territoriali e delle filiere corte ha contribuito a rafforzare il posizionamento del prodotto, in particolare per le cooperative, che svolgono un ruolo chiave nella raccolta, trasformazione e commercializzazione**. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 2.533 milioni di euro. **L'espansione sarà sostenuta dalla qualità dell'offerta, dall'innovazione nel packaging e dalla crescente attenzione dei consumatori verso la tracciabilità e la sostenibilità delle produzioni**. Tuttavia, la volatilità climatica e la pressione sui costi di produzione rappresentano sfide rilevanti per la competitività del comparto.

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti, milioni di euro* -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)

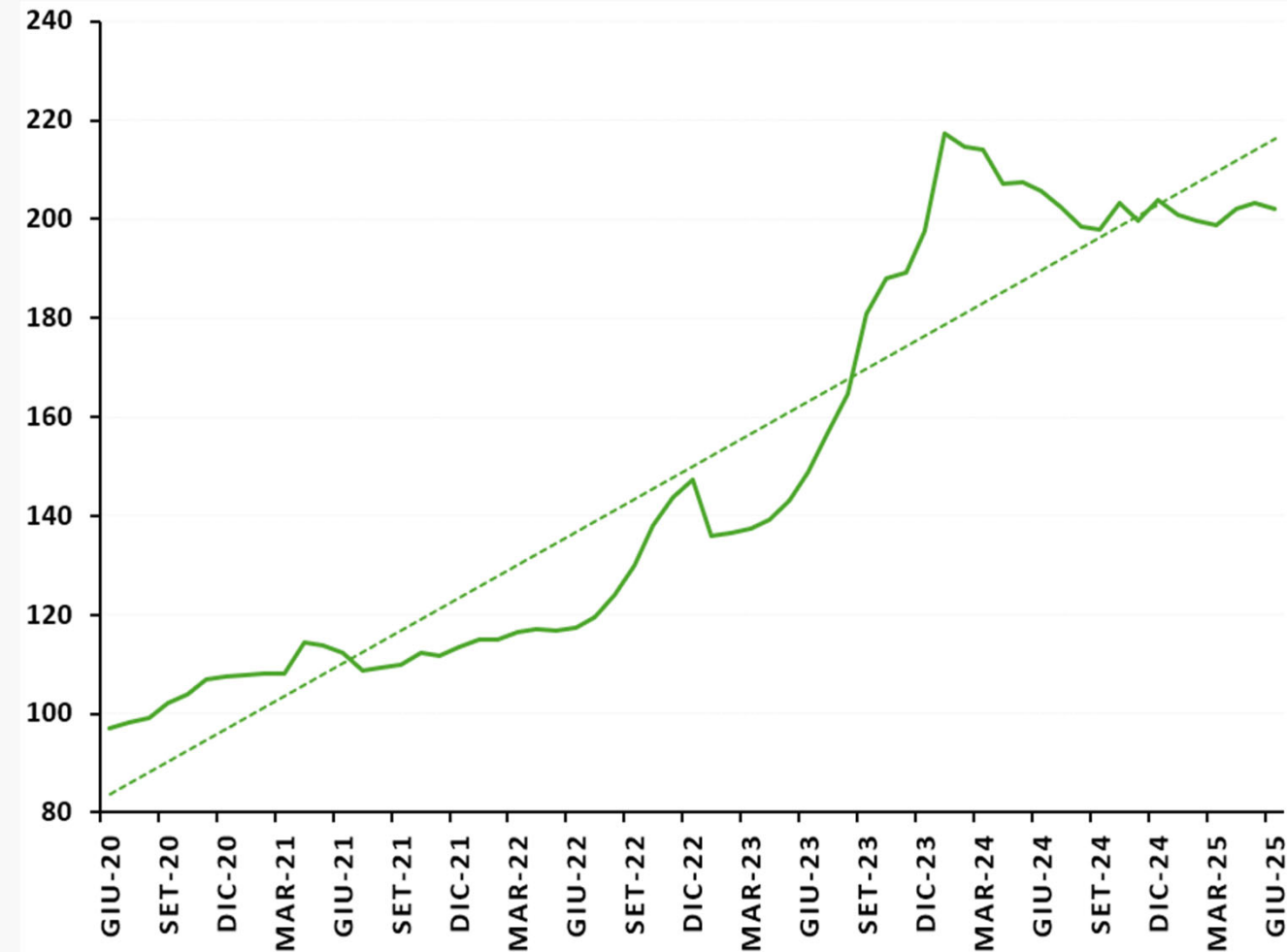


L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti dagli agricoltori: olio di oliva (giugno 2020-giugno 2025)



L'indice dei prezzi alla produzione dell'olio d'oliva evidenzia una marcata crescita dal 2020 al 2024, con livelli stabilmente superiori a quota 200 nel biennio 2024-2025. Tale dinamica riflette la significativa contrazione dell'offerta dovuta a condizioni climatiche avverse, in particolare siccità e temperature estreme, che hanno colpito le principali aree olivicole italiane. L'ISTAT conferma che nel 2024 la produzione di olio d'oliva è diminuita del -4,7%, collocandosi al di sotto della media degli ultimi cinque anni. **La riduzione dei volumi disponibili, a fronte di una domanda stabile, ha determinato un aumento significativo dei prezzi (+13,2% nel 2024).** Il rialzo dei prezzi ha sostenuto in modo rilevante i valori di vendita del comparto olivicolo, contribuendo a compensare, almeno in parte, le perdite di volume produttivo. Tuttavia, la dinamica osservata segnala la **crescente vulnerabilità strutturale del settore ai cambiamenti climatici, rendendo prioritari gli investimenti in innovazione agronomica e gestione delle risorse idriche.** Sul fronte degli assetti competitivi, dai dati *Euromonitor International*, il mercato dell'olio d'oliva mostra un riequilibrio: alcuni produttori crescono mentre altri perdono quota, e **i marchi dei distributori aumentano sensibilmente il proprio peso.** Nel complesso emerge una maggiore attenzione dei consumatori a prezzo e convenienza.

I PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI DAGLI AGRICOLTORI:
OLIO DI OLIVA – numeri indice 2010=100 -
(Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT – estrazione 18/02/2026)





Il mercato della carne



Il mercato della carne: un quadro di sintesi

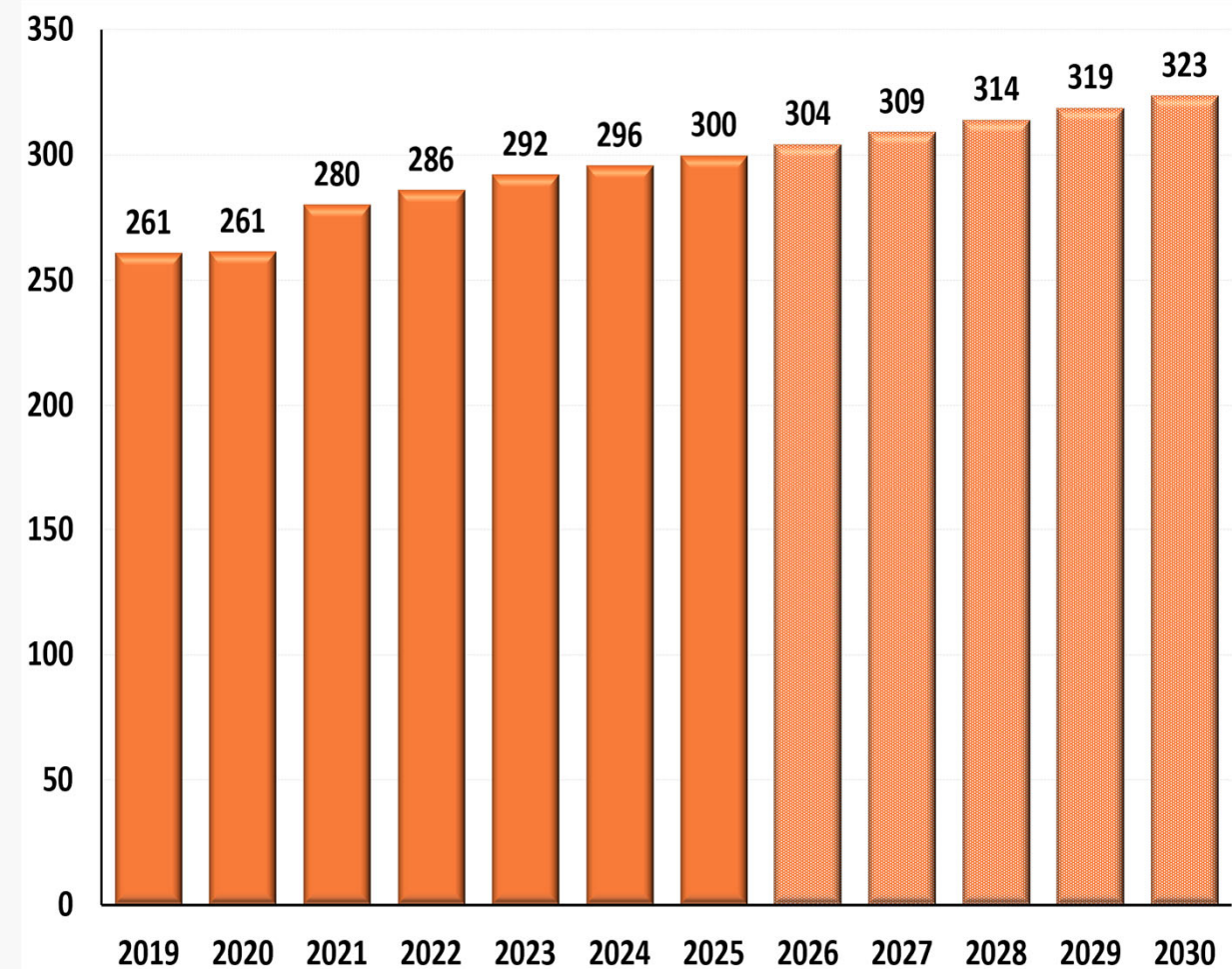
- 1. La dinamica della domanda mondiale di carne (fresca e trasformata) e la domanda estera di carne (fresca e trasformata) italiana:** La produzione mondiale di carne cresce moderatamente tra 2019 e 2025, passando da 261 a 300 milioni di tonnellate, trainata dall'aumento della popolazione e dei redditi nei paesi emergenti. La crescita è però più contenuta rispetto al passato, a causa della diffusione di diete più sostenibili e dell'interesse verso alternative proteiche. Nel periodo 2026-2030 i volumi dovrebbero raggiungere 323 milioni di tonnellate, con Asia e Africa come principali motori della domanda. Nei paesi avanzati i consumi pro capite tendono invece a stabilizzarsi o diminuire per motivi ambientali, sanitari ed etici. Questo scenario richiede al sistema cooperativo investimenti in sostenibilità, benessere animale e tracciabilità per mantenere competitività. Nel periodo 2019-2024, le importazioni mondiali di carne italiana raggiungono circa 3,0 miliardi di dollari, con un incremento del +6,1% rispetto al 2019 e un rafforzamento mercato nel biennio 2023-2024. La struttura geografica della domanda si conferma fortemente concentrata nell'Unione europea, in particolare in Germania e Francia, che insieme rappresentano circa il 30% del totale, delineando un mercato estero ancora ancorato a relazioni commerciali consolidate all'interno dello spazio europeo. Parallelamente, si osserva un ampliamento della base geografica della domanda verso mercati extra-UE, tra cui Stati Uniti, Spagna e area balcanica, che contribuiscono alla diversificazione dei flussi.
- 2. La dinamica del mercato italiano della carne (fresca e trasformata):** Nel periodo 2019-2025 il mercato italiano della carne è caratterizzato da una forte prevalenza del *retail*, che raggiunge l'83,2% nel 2025 dopo il picco dell'88,8% del 2020, legato allo spostamento dei consumi in ambito domestico durante la pandemia. Il *foodservice* recupera gradualmente fino al 16,8%, sostenuto dalla riapertura della ristorazione e dal ritorno del turismo. Il valore *retail* cresce da 33,5 a 43,8 miliardi di euro, trainato dall'aumento dei costi delle materie prime, dell'energia e dei mangimi, oltre che dalla domanda di prodotti certificati e da filiere controllate. I consumatori mostrano crescente attenzione verso sicurezza alimentare, origine e benessere animale, che orientano le scelte d'acquisto. Nel 2025 il manzo rappresenta il 45,1% delle vendite, pur in lieve calo, mentre il pollo sale al 38,1% e consolida la sua crescita grazie al prezzo più competitivo e a una percezione di maggiore leggerezza. Suino e ovini restano stabili o in lieve riduzione. La carne trasformata è quasi totalmente dominata dal segmento refrigerato, che detiene il 97% del valore, mentre le categorie a lunga conservazione e congelate restano marginali. Il segmento biologico rappresenta il 2,8% dei volumi nel 2025, con una crescita lenta ma costante verso il 3,1% previsto al 2030. Il mercato appare complessivamente maturo e caratterizzato da una domanda stabile, con un graduale orientamento verso prodotti più economici o percepiti come più salutari. Per il sistema cooperativo, ciò implica investimenti in qualità, sostenibilità, innovazione e tracciabilità, leve fondamentali per mantenere competitività in un contesto di consumi più selettivi e consapevoli.

Il mercato mondiale della carne: volumi di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato mondiale della carne evidenzia una crescita moderata dei volumi, che passano da 261 a 300 milioni di tonnellate. Tale dinamica riflette **l'aumento della popolazione globale, l'espansione delle classi medie nei paesi emergenti e il progressivo miglioramento dei livelli di reddito, fattori che sostengono la domanda di proteine animali**. Tuttavia, la crescita risulta contenuta rispetto al passato, a causa della crescente attenzione verso diete più equilibrate e sostenibili e della diffusione di alternative proteiche. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, i volumi sono previsti in crescita fino a 323 milioni di tonnellate. L'espansione sarà trainata principalmente dai paesi asiatici e africani, dove la domanda di proteine animali è in aumento. **Tuttavia, nei paesi avanzati si osserva una tendenza alla stabilizzazione o alla riduzione dei consumi pro capite, influenzata da considerazioni ambientali, sanitarie ed etiche**. Per il sistema cooperativo, ciò implica la necessità di investire in sostenibilità, benessere animale e tracciabilità, al fine di mantenere competitività in un contesto di crescente sensibilità dei consumatori.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, milioni di tonnellate -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di carne italiana: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Nel periodo 2019–2024 le importazioni mondiali di carne italiana crescono fino a circa 3,0 miliardi di dollari (+6,1% nel 2024 rispetto al 2019), con un rafforzamento nel biennio 2023-2024. La domanda resta fortemente concentrata nei mercati UE, in particolare Germania e Francia (circa il 30% del totale). Si osserva tuttavia una crescita sostenuta negli **Stati Uniti, Spagna e nei Balcani**, che **ampliano la base geografica della domanda**. Nel complesso, il comparto evidenzia una struttura di mercato consolidata in Europa a cui si affiancano alcuni poli extra-UE in espansione.

LE IMPORTAZIONI DI CARNE IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 02 - CARNE E FRATTAGLIE COMMESTIBILI)

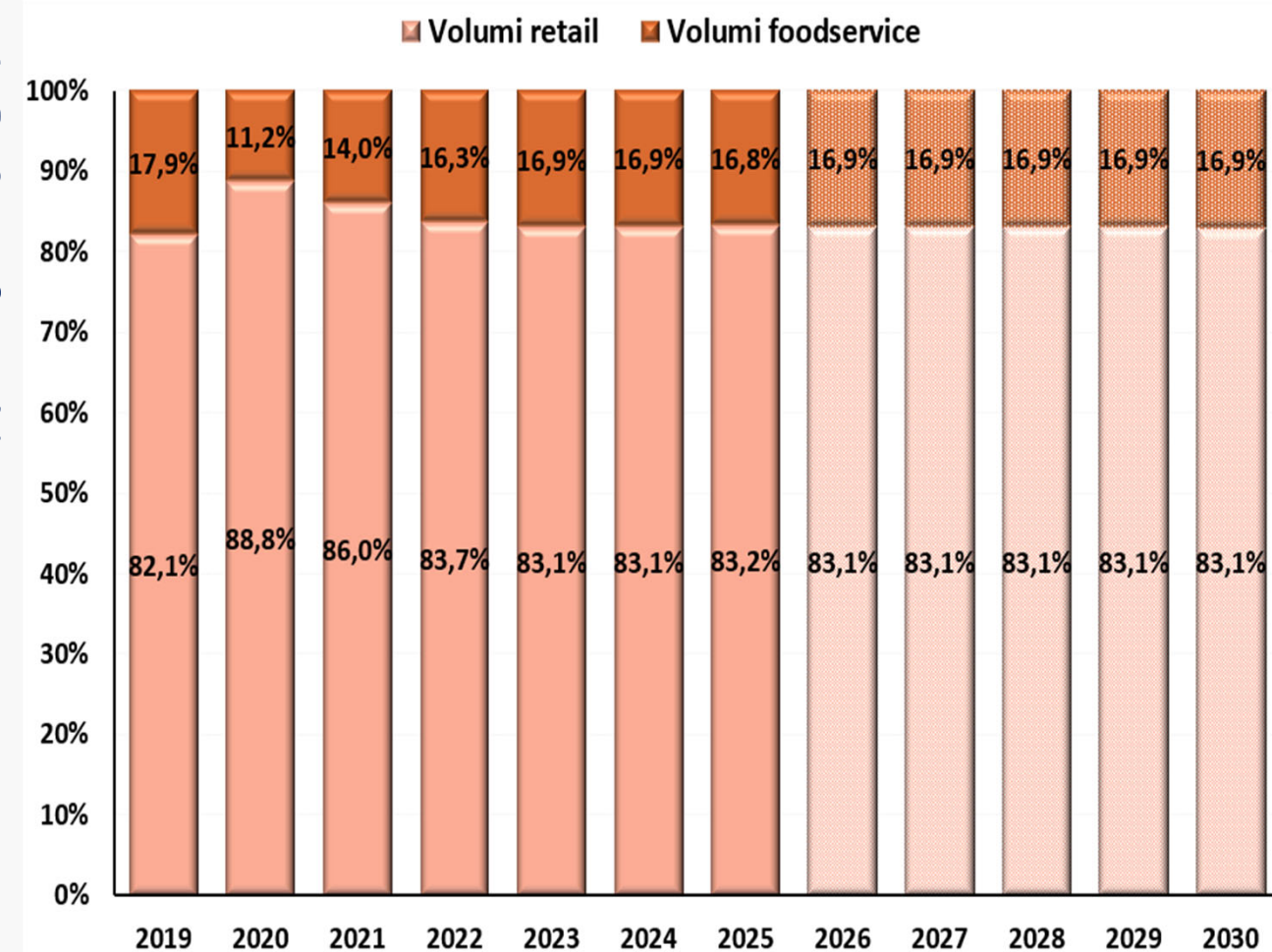
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2019	Quota sul totale 2024 (%)
GERMANIA	405	381	432	408	429	432	1,3%	14,6%
FRANCIA	324	322	376	398	421	426	5,7%	14,4%
STATI UNITI	92	118	164	192	193	216	18,7%	7,3%
REGNO UNITO	147	129	148	161	162	181	4,2%	6,1%
SPAGNA	74	68	94	103	126	169	18,1%	5,7%
OLANDA	99	112	143	153	133	153	9,1%	5,2%
GRECIA	110	89	117	126	130	142	5,3%	4,8%
BELGIO	84	87	105	98	96	107	5,0%	3,6%
AUSTRIA	71	77	98	79	86	88	4,4%	3,0%
BOSNIA ERZEGOVINA	35	26	55	54	69	76	17,2%	2,6%
ALTRI	757	778	994	858	863	961	4,9%	32,5%
TOTALE	2.196	2.188	2.725	2.630	2.706	2.952	6,1%	100%

Il mercato della carne in Italia: volumi (2019-2025) e previsionali (2026-2030) per canale di vendita



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato italiano della carne evidenzia una netta prevalenza del canale *retail*, che si attesta all'83,2% nel 2025, in linea con la forte componente domestica del consumo. Il picco dell'88,8% nel 2020 riflette il trasferimento dei consumi verso l'ambito domestico durante la pandemia, mentre negli anni successivi si osserva un graduale riequilibrio con il *foodservice*, che recupera fino al 16,8% nel 2025. **La predominanza del *retail* è riconducibile al ruolo della carne come alimento base nelle abitudini alimentari italiane, nonché alla diffusione della grande distribuzione e dei formati pronti all'uso.** Il canale *Horeca*, pur rappresentando una quota minoritaria, svolge un ruolo rilevante nella valorizzazione dei tagli di qualità e delle preparazioni gastronomiche. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione per canale rimane sostanzialmente stabile. Tale configurazione riflette una stabilizzazione dei modelli di consumo domestico e una moderata ripresa del consumo fuori casa, sostenuta dal turismo e dalla ristorazione.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) PER CANALE DI VENDITA - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

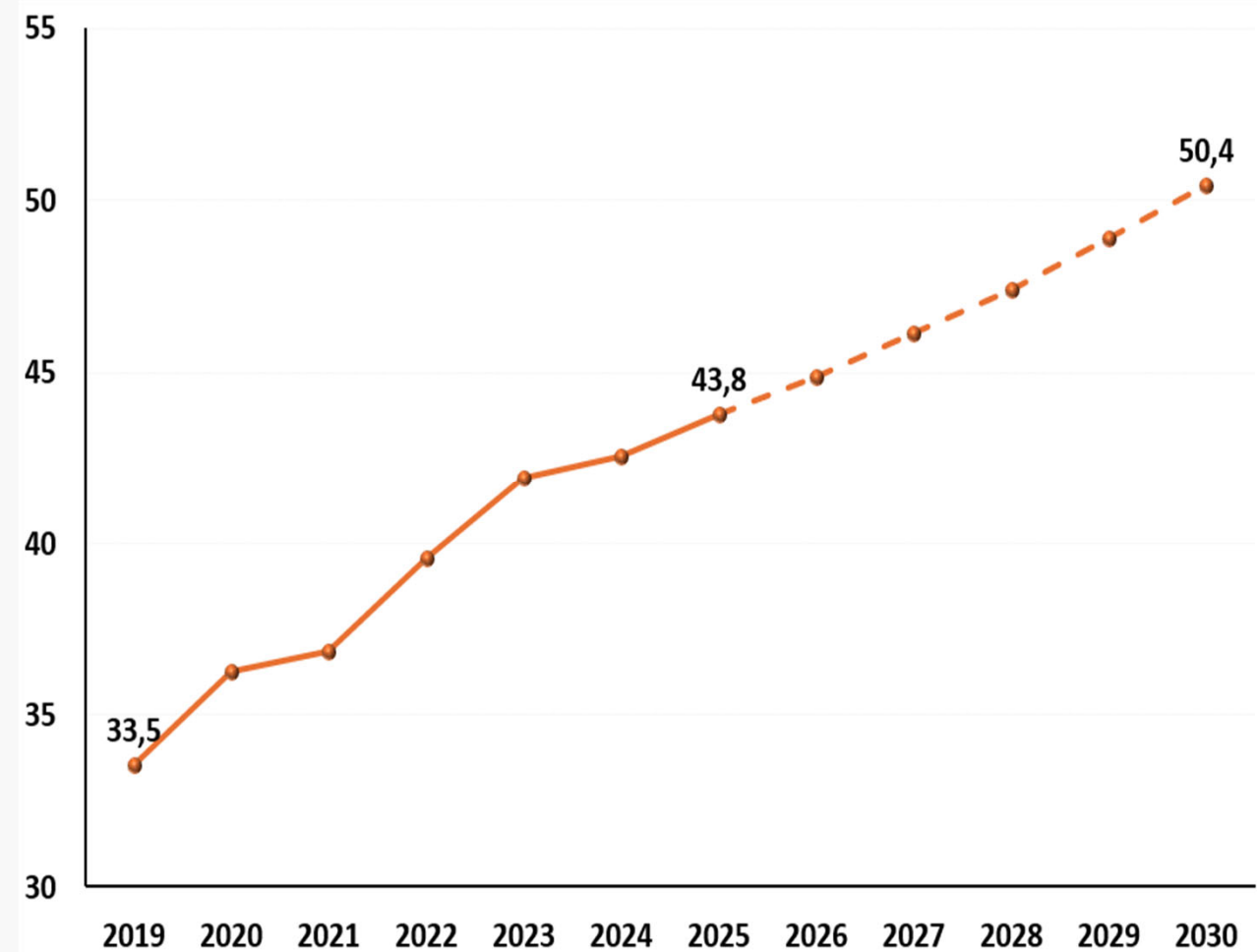


Il mercato della carne in Italia: i valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* della carne in Italia cresce da 33,5 a 43,8 miliardi di euro, evidenziando una dinamica espansiva sostenuta principalmente dall'aumento dei prezzi delle materie prime, dei costi energetici e dei mangimi. **La crescita del valore riflette inoltre una crescente domanda di prodotti di qualità, certificati e provenienti da filiere controllate.** Dal lato della domanda, si osserva una maggiore attenzione verso la sicurezza alimentare, il benessere animale e l'origine delle carni, fattori che influenzano le scelte di acquisto. Parallelamente, si registra una diversificazione dell'offerta, con una **maggiore presenza di prodotti pronti al consumo e di carni lavorate ad «alto contenuto di servizio».** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 50,4 miliardi di euro. Tuttavia, la dinamica sarà influenzata dall'evoluzione delle preferenze dei consumatori, sempre più orientate verso un consumo moderato di carne e verso alternative proteiche. **Per le cooperative, ciò implica la necessità di investire in qualità, sostenibilità e innovazione di prodotto.**

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DELLA CARNE IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti, miliardi di euro -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti venduti dagli agricoltori: prodotti animali (giugno 2020-giugno 2025)

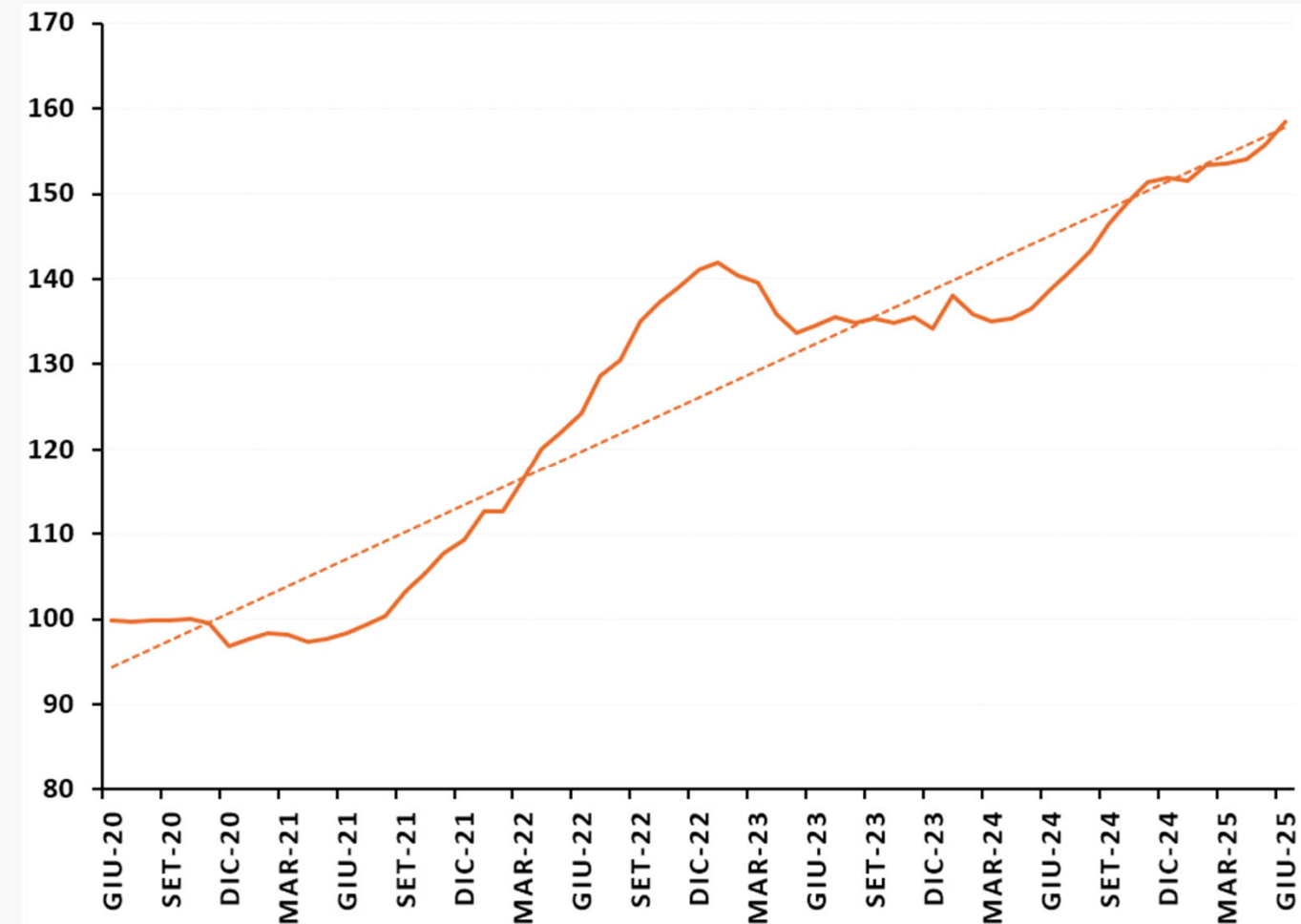


L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti animali evidenzia una crescita progressiva e relativamente regolare nel periodo analizzato, con un'accelerazione tra il 2021 e il 2022 legata all'aumento dei costi dei mangimi, dell'energia e dei servizi veterinari. Nel biennio successivo, la dinamica positiva dei prezzi si consolida, riflettendo il trasferimento dei costi lungo la filiera. Secondo *ISTAT*, nel 2024 i prezzi dei prodotti zootecnici sono aumentati del +0,7%, con incrementi per latte e carni bovine che hanno compensato i cali registrati in altri segmenti. La domanda stabile di proteine animali e la riorganizzazione delle filiere hanno contribuito a sostenere i livelli di prezzo. L'aumento dei prezzi alla produzione ha favorito i valori di vendita del comparto zootecnico, contribuendo alla tenuta economica delle imprese e delle cooperative, nonostante la persistenza di costi strutturalmente elevati. In prospettiva, **la sostenibilità economica del settore sarà sempre più legata all'efficienza produttiva, all'innovazione e alla valorizzazione delle produzioni di qualità.**

I PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI DAGLI AGRICOLTORI:

PRODOTTI ANIMALI – numeri indice 2010=100 -

(Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT – estrazione 18/02/2026)



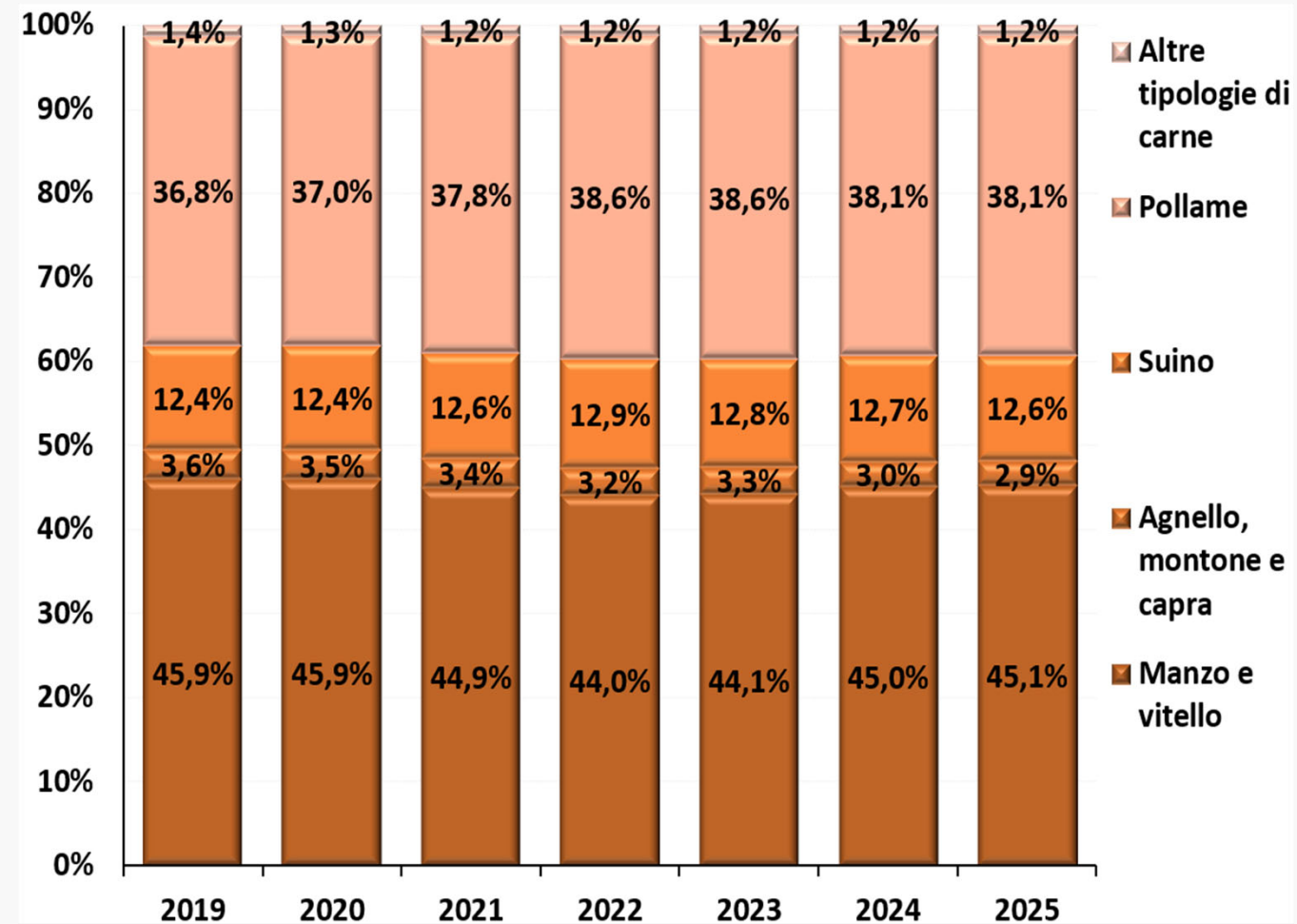
Il mercato della carne fresca in Italia per valori di vendita *retail* e tipologia di prodotto (2019-2025)



L'analisi delle vendite di carne fresca in Italia per tipologia di prodotto mostra che, nel 2025, la quota principale è detenuta dalla carne di manzo e vitello, pari al 45,1% del totale (14,1 miliardi di euro), in lieve calo rispetto al 45,9% del 2019. La carne di pollo rappresenta il 38,1% delle vendite (11,9 miliardi di euro), in crescita rispetto al 36,8% del 2019, confermandosi il secondo segmento per importanza. Tra le altre categorie, la carne di suino mantiene una quota stabile, pari al 12,6% nel 2025 (4 miliardi di euro), mentre la carne di agnello, montone e capra scende leggermente, collocandosi poco sotto il 3% del totale (circa 1 miliardo di euro), rispetto al 3,6% del 2019. Rimane marginale la categoria residuale delle "altre carni", che nel 2025 non supera l'1,2% del mercato (0,4 miliardi di euro), sostanzialmente invariata nel periodo analizzato. La struttura del mercato della carne fresca in Italia appare relativamente stabile, con il manzo che mantiene la leadership pur mostrando un lieve ridimensionamento, mentre **il pollo consolida la propria crescita, probabilmente sostenuto da prezzi più competitivi e da una percezione di maggiore leggerezza nutrizionale**. Le altre categorie restano stabili o in lieve calo, confermando un mercato maturo in cui le preferenze dei consumatori si spostano gradualmente verso prodotti più economici o percepiti come più salutari.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLA CARNE FRESCA IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



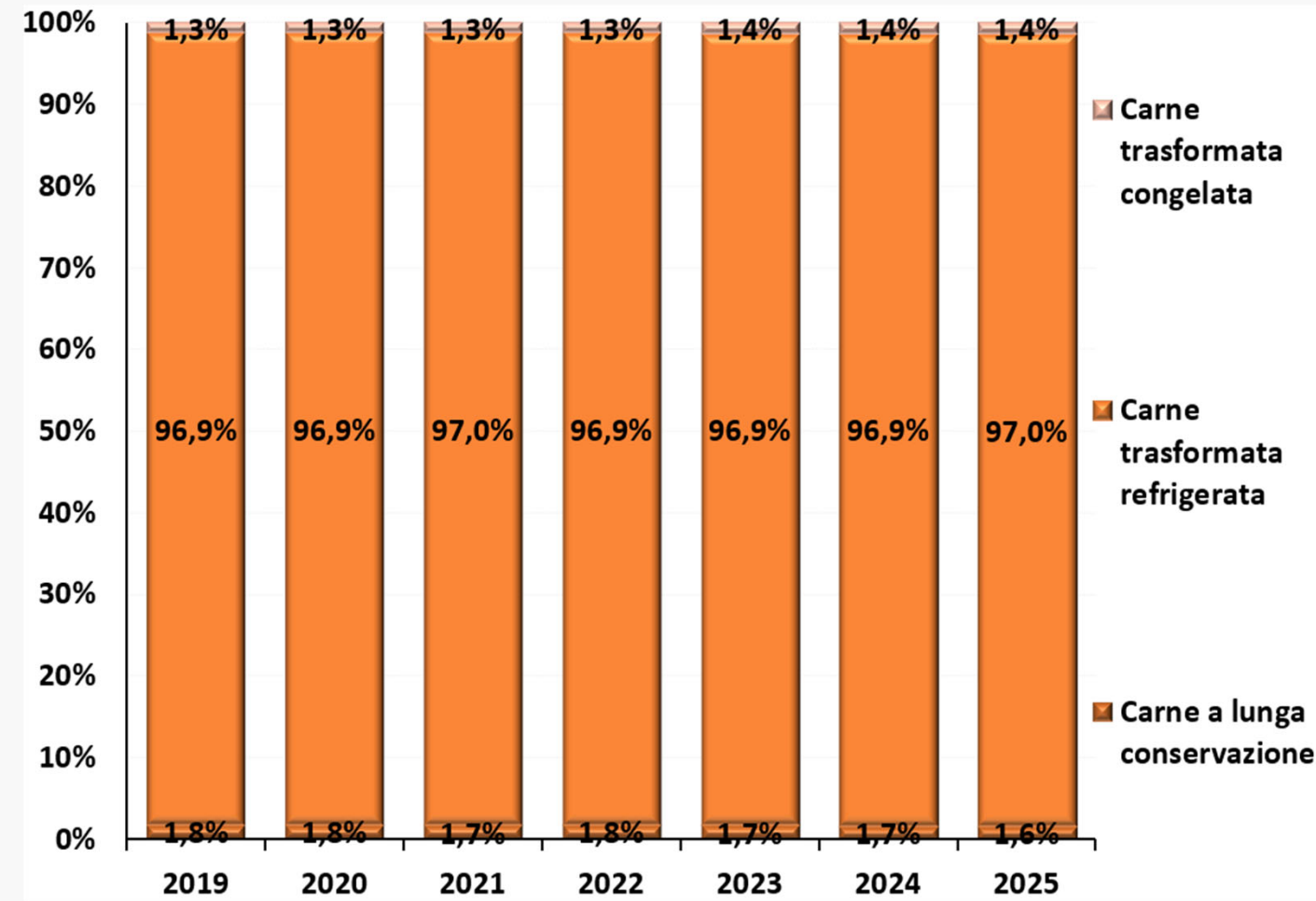
Il mercato della carne trasformata in Italia per valori di vendita *retail* e per tipologia di prodotto (2019-2025)



Estendendo l'analisi alla carne trasformata, emerge che nel 2025 quasi la totalità delle vendite in valore in Italia è riconducibile alla carne trasformata refrigerata, che detiene una quota del 97,0% (12.104 milioni di euro). Tale incidenza risulta sostanzialmente stabile rispetto al 2019, quando si attestava al 96,9%. Seguono, con quote molto più contenute, la carne a lunga conservazione, pari all'1,6% del totale nel 2025 (200,6 milioni di euro), e la carne trasformata congelata, che rappresenta l'1,4% (177 milioni di euro). Anche per queste categorie la dinamica risulta stabile rispetto al 2019, confermando una struttura di mercato poco variabile nel periodo considerato. Il mercato della carne trasformata in Italia appare fortemente polarizzato sulla componente refrigerata, che domina quasi integralmente il valore delle vendite e mantiene una posizione stabile nel tempo. Le categorie a lunga conservazione e congelate restano marginali, segnalando **preferenze di consumo consolidate e una limitata propensione dei consumatori a spostarsi verso alternative diverse dalla carne trasformata fresca/refrigerata.**

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DELLA CARNE TRASFORMATA IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA *RETAIL* E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



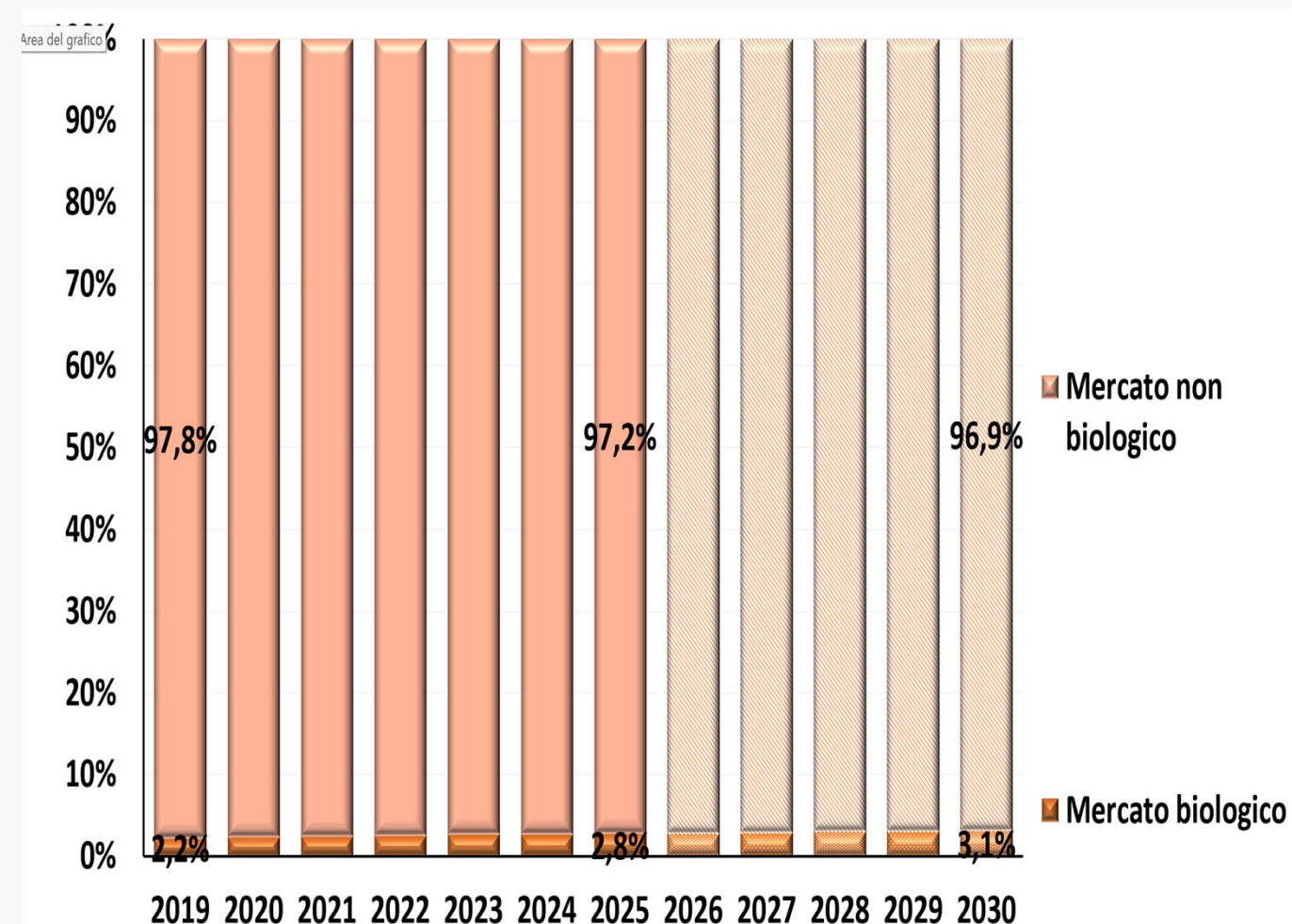
Il mercato della carne biologica in Italia per volumi di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Guardando alla ripartizione del mercato della carne in Italia per volumi di vendita, i dati di *Euromonitor International* mostrano che nel 2025 il 97,2% dei volumi è attribuibile alla carne non biologica, mentre solo il 2,8% riguarda prodotti biologici. **Pur rimanendo una nicchia, il segmento bio registra un lieve incremento** rispetto al 2019, quando rappresentava il 2,2% del totale (contro il 97,8% della carne convenzionale). Nello scenario previsionale 2026-2030, la quota della carne biologica dovrebbe raggiungere il 3,1%, segnalando un interesse in graduale crescita da parte dei consumatori italiani. Il mercato italiano della carne resta fortemente dominato dai prodotti convenzionali, ma la progressione - seppur lenta - del segmento biologico suggerisce una sensibilità crescente verso criteri di sostenibilità e qualità percepita. L'aumento previsto non rivoluziona gli equilibri del settore, ma indica **una tendenza strutturale che potrebbe consolidarsi nel medio periodo**.

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO BIO DELLA CARNE IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)





Il mercato dei prodotti ittici



Il mercato dei prodotti ittici: un quadro di sintesi

- 1. La dinamica della domanda mondiale di prodotti ittici (freschi e trasformati) e la domanda estera di prodotti ittici (freschi e trasformati) italiani:** Il mercato mondiale dei prodotti ittici cresce da 109 a 118,6 miliardi di dollari tra 2019 e 2025, sostenuto dalla crescente domanda di proteine considerate più salutari e sostenibili rispetto alla carne. L'acquacoltura compensa la stagnazione delle catture e diventa il motore principale dell'aumento dell'offerta, grazie ai progressi tecnologici e al miglioramento della qualità dei prodotti. La domanda aumenta soprattutto nelle aree urbane e nei paesi emergenti, dove il pesce entra stabilmente nella dieta quotidiana. Nel periodo 2026-2030 il mercato è previsto raggiungere 133,2 miliardi di dollari, trainato da Asia, Africa, diete salutistiche e crescita dei prodotti ittici trasformati e pronti al consumo. Nel periodo 2019-2024, le importazioni mondiali di prodotti ittici italiani mostrano una dinamica complessivamente debole, con un lieve arretramento medio (-1,0%) e un valore che si colloca intorno a 498 milioni di dollari. La struttura geografica della domanda estera si conferma prevalentemente europea, con la Spagna che mantiene il ruolo di principale mercato di destinazione, seguita da Germania e Svizzera.
- 2. La dinamica del mercato italiano dei prodotti ittici (freschi e trasformati):** Nel periodo 2019-2025 il mercato italiano dei prodotti ittici è dominato dal *retail*, che raggiunge l'84,6% dopo il picco dell'89,5% del 2020, legato allo spostamento dei consumi verso il contesto domestico durante la pandemia. Negli anni successivi il *foodservice* recupera grazie alla riapertura della ristorazione, alla ripresa del turismo e al ritorno dei consumi fuori casa. La centralità del *retail* è sostenuta dalla crescente diffusione di prodotti trasformati, surgelati e *ready-to-cook*, che rispondono alle esigenze di praticità dei nuclei familiari. Il canale Horeca mantiene tuttavia un ruolo strategico nella valorizzazione del pesce fresco e delle specialità locali, soprattutto nelle aree costiere. Il valore *retail* cresce da 8,9 a 11,8 miliardi di euro grazie ai rincari lungo la filiera e alla maggiore attenzione verso alimenti salutari ricchi di omega-3. Tra 2026 e 2030 il valore raggiungerà 13,2 miliardi, sostenuto da prodotti certificati, sostenibili e ad alto contenuto di servizio. Nei prodotti freschi il pesce rimane largamente prevalente con il 78,6% delle vendite, mentre molluschi e crostacei registrano variazioni marginali. Il mercato dei prodotti trasformati vede una leadership stabile dei frutti di mare a lunga conservazione, pur in lieve calo. Crescono invece le categorie refrigerate e congelate, percepite come più fresche e qualitative. La struttura complessiva del comparto appare matura ma orientata verso un lento riequilibrio a favore di soluzioni più pratiche e sostenibili. Per le cooperative emergono opportunità legate alla tracciabilità, alla valorizzazione delle produzioni locali e all'integrazione nelle politiche europee orientate alla sostenibilità delle risorse marine.

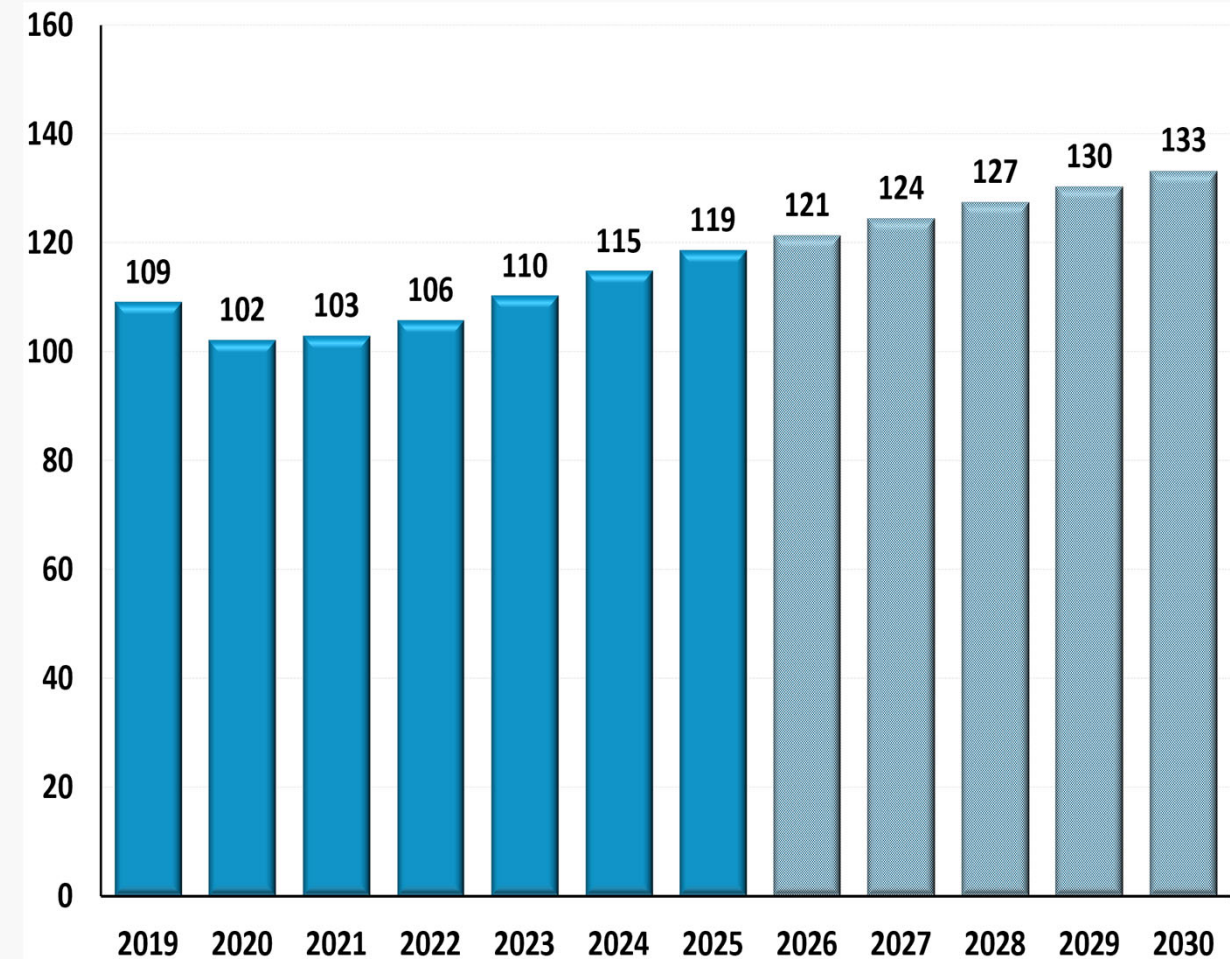
Il mercato mondiale dei prodotti ittici: volumi di vendita (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato mondiale dei prodotti ittici evidenzia una crescita dei valori, che passano da 109,0 a 118,6 miliardi di dollari. Tale dinamica riflette una trasformazione strutturale dei modelli alimentari globali, caratterizzata da una **crescente domanda di proteine alternative alla carne**, percepite come più salutari e sostenibili dal punto di vista ambientale. Il rafforzamento della domanda è sostenuto dall'**aumento della popolazione urbana e dall'espansione delle classi medie nei paesi emergenti**, che stanno progressivamente integrando il pesce nella dieta quotidiana. Un **ruolo determinante è svolto dall'acquacoltura**, che negli ultimi anni ha contribuito in modo significativo all'aumento dell'offerta, compensando la stagnazione o la riduzione delle catture derivanti dalla pesca tradizionale. **L'innovazione tecnologica nei sistemi di allevamento e nella conservazione dei prodotti ittici ha migliorato la qualità e la sicurezza alimentare, favorendo la diffusione del consumo anche nei mercati lontani dalle aree costiere.** Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore del mercato è previsto in crescita fino a 133,2 miliardi di dollari. L'espansione sarà sostenuta dall'aumento della domanda nei paesi asiatici e africani, dalla diffusione di diete salutistiche e dalla crescente presenza di **prodotti ittici trasformati e pronti al consumo, che rispondono alle esigenze di praticità delle famiglie urbane.**

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI NEL MONDO (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - *valori assoluti* -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



La domanda estera di prodotti ittici italiani: le importazioni in valore per paese (2019-2024)



Le importazioni di prodotti ittici italiani mostrano una dinamica in lieve calo nel periodo (-1,0%), attestandosi a circa 498 milioni di dollari nel 2024. La Spagna rimane il principale mercato, seguita da Germania e Svizzera, con dinamiche complessivamente in crescita. In particolare, la **Svizzera e la Croazia mostrano un deciso aumento delle importazioni di prodotti ittici italiani**, mentre alcuni mercati extra-UE risultano più volatili. Nel complesso, il comparto appare meno concentrato e più frammentato rispetto ad altri segmenti agroalimentari, con una quota elevata di importazioni dai paesi UE.

LE IMPORTAZIONI DI PRODOTTI ITTICI IN VALORE PER PAESE (2019-2024) - valori assoluti in milioni di USD e % -
(Fonte: elaborazione propria su dati UN Comtrade – estrazione 27/01/2026) (CODICE HS 03 - PESCI, CROSTACEI, MOLLUSCHI E ALTRI INVERTEBRATI ACQUATICI)

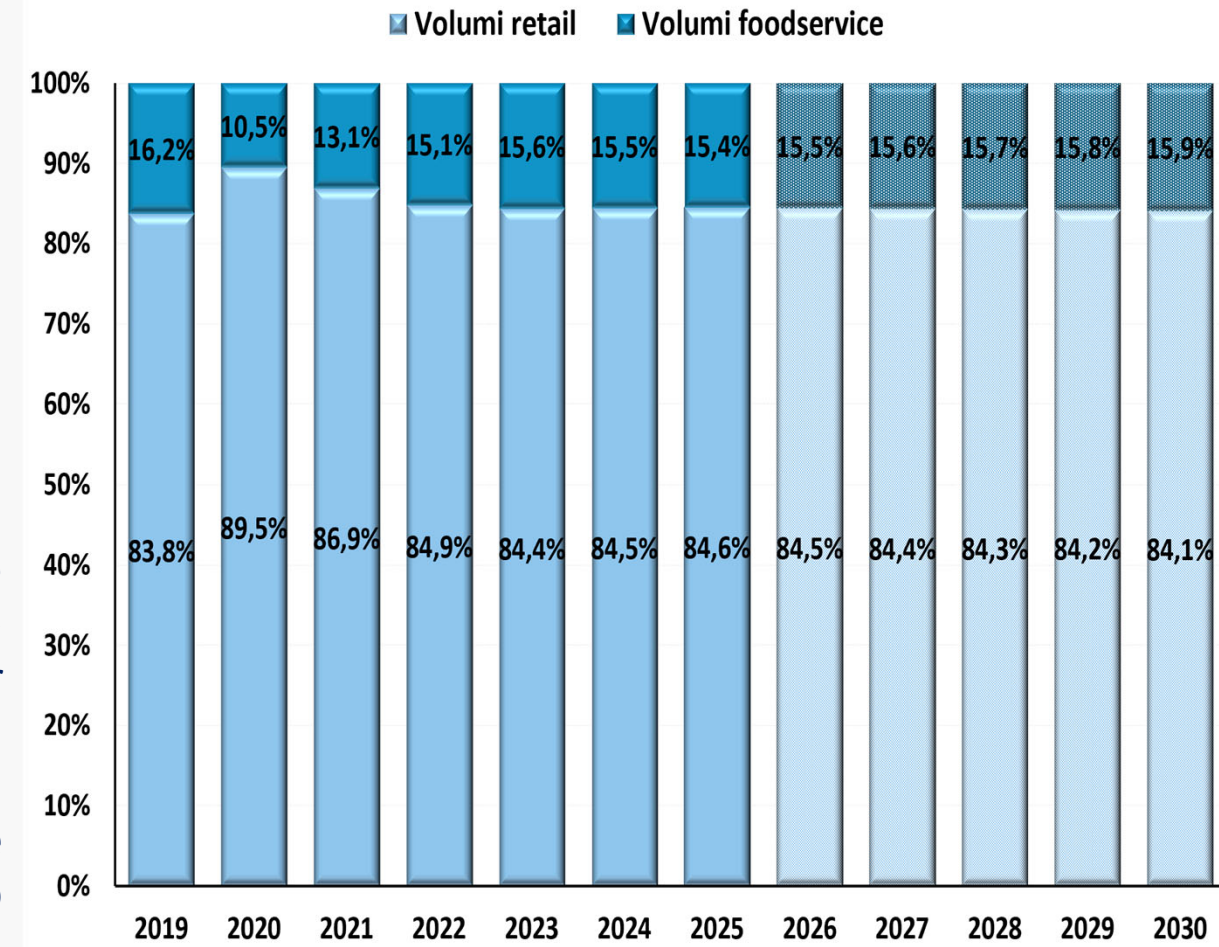
PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 2024/2019	Quota sul totale 2024 (%)
SPAGNA	120	133	146	132	125	122	0,2%	24,4%
GERMANIA	42	43	52	48	50	42	0,3%	8,5%
SVIZZERA	22	24	29	33	34	37	11,0%	7,5%
CROAZIA	21	15	28	35	38	36	11,3%	7,3%
FRANCIA	32	33	37	38	34	36	2,0%	7,1%
MALTA	43	21	27	39	52	25	-10,4%	4,9%
AUSTRIA	22	20	22	23	28	22	-0,2%	4,4%
COREA DEL SUD	47	33	23	25	47	21	-14,8%	4,3%
PORTOGALLO	20	20	22	15	19	20	0,5%	4,1%
GRECIA	16	12	19	16	18	19	3,6%	3,7%
ALTRI	385	353	406	402	444	379	-0,3%	76,2%
TOTALE	525	480	553	548	585	498	-1,0%	100%

Il mercato dei prodotti ittici in Italia: volumi (2019-2025) e previsionali (2026-2030) per canale di vendita



Nel periodo 2019-2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il mercato italiano dei prodotti ittici evidenzia una prevalenza del canale *retail*, che si attesta all'84,6% nel 2025, confermando la forte componente domestica del consumo. Il picco dell'89,5% nel 2020 riflette il trasferimento straordinario dei consumi verso l'ambito domestico durante la pandemia, quando la chiusura della ristorazione e le limitazioni alla mobilità hanno favorito l'acquisto di prodotti confezionati e surgelati. Negli anni successivi si osserva un graduale riequilibrio, con il *foodservice* che recupera terreno grazie alla ripresa del turismo, della ristorazione e delle attività ricettive. La predominanza del *retail* è riconducibile alla crescente diffusione di prodotti ittici trasformati, surgelati e pronti all'uso, che facilitano il consumo domestico riducendo i tempi di preparazione e le difficoltà legate alla pulizia e alla lavorazione del pesce fresco. Il canale Horeca, pur rappresentando una quota minoritaria, svolge un ruolo strategico nella valorizzazione del pesce fresco e delle specialità locali, in particolare nelle aree costiere e nelle destinazioni turistiche. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, la distribuzione per canale rimane sostanzialmente stabile, con una **lieve crescita del *foodservice* fino al 15,9%**. Tale dinamica riflette il **rafforzamento del turismo, la ripresa dei flussi internazionali e la crescente diffusione di modelli alimentari orientati al consumo di pesce, considerato una scelta salutare e sostenibile**.

I VOLUMI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) PER CANALE DI VENDITA - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

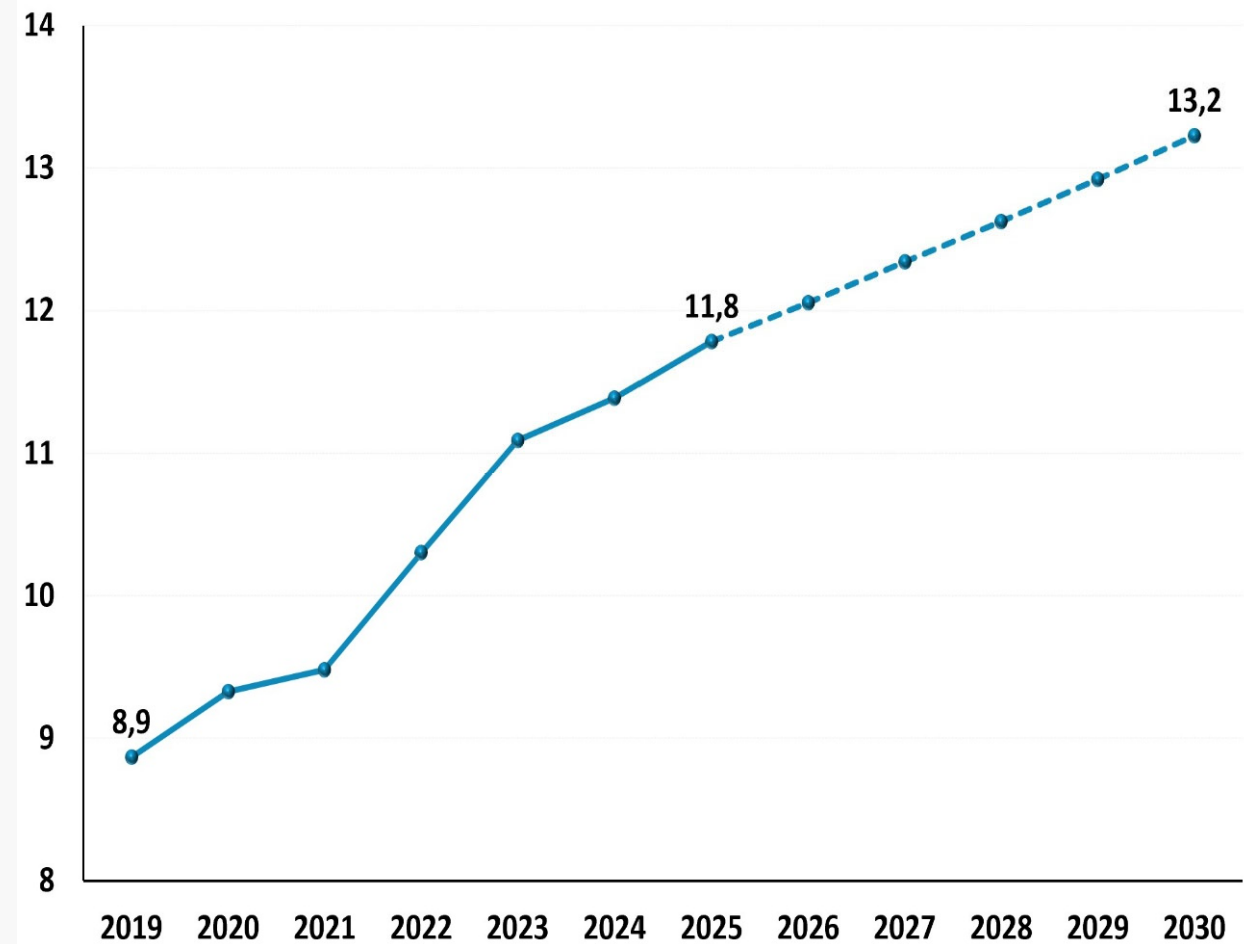


Il mercato dei prodotti ittici in Italia: i valori di vendita *retail* (2019-2025) e previsionali (2026-2030)



Tra il 2019 e il 2025, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* dei prodotti ittici in Italia cresce da 8,9 a 11,8 miliardi di euro, evidenziando una dinamica espansiva sostenuta sia dall'aumento dei prezzi sia dalla crescente domanda di prodotti salutari. I prodotti ittici sono sempre più percepiti come una fonte di proteine di alta qualità, ricche di omega-3 e con benefici per la salute cardiovascolare, elementi che ne favoriscono l'integrazione nelle diete equilibrate. Nel periodo 2026-2030, secondo i dati *Euromonitor International*, il valore *retail* è previsto in crescita fino a 13,2 miliardi di euro. L'espansione sarà sostenuta dall'aumento della domanda di prodotti certificati e sostenibili, dalla diffusione di diete salutistiche e dall'innovazione di prodotto, in particolare nei segmenti *ready-to-eat* e *ready-to-cook*. Tuttavia, **la volatilità dei prezzi energetici, i costi di trasporto e le sfide legate alla sostenibilità delle risorse marine rappresentano fattori di rischio per la stabilità del comparto.** Per le cooperative della pesca e dell'acquacoltura, tali dinamiche offrono opportunità di **valorizzazione delle produzioni locali e di rafforzamento delle filiere corte**, in linea con le politiche europee orientate alla sostenibilità ambientale e alla sicurezza alimentare. **La capacità di comunicare la tracciabilità, l'origine e il rispetto degli ecosistemi marini rappresenterà un elemento chiave per mantenere la competitività in un mercato sempre più sensibile alle tematiche ambientali.**

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI IN ITALIA (2019-2025) E PREVISIONALI (2026-2030) - valori assoluti -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



Il mercato dei prodotti ittici freschi in Italia per valori di vendita e tipologia di prodotto (2019-2025)

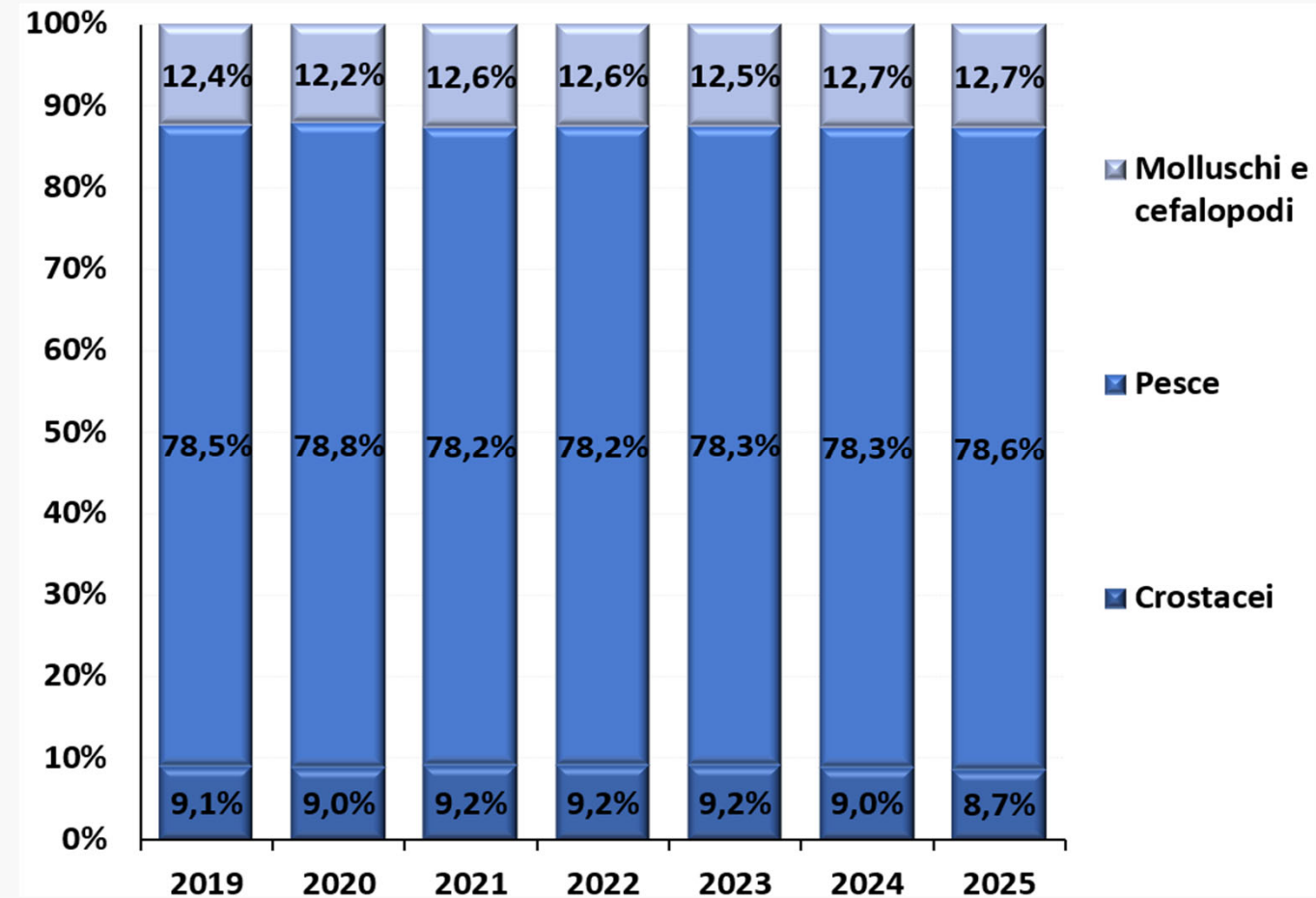


Analizzando i valori di vendita dei prodotti ittici freschi in Italia per tipologia, emerge che nel 2025 la quota predominante è rappresentata dal pesce, che copre il 78,6% del totale, pari a 6,5 miliardi di euro. Molto più contenuti risultano i valori riferiti a molluschi e cefalopodi, che rappresentano il 12,7% del mercato (poco più di 1 miliardo di euro), e ai crostacei, che si attestano all'8,7% (716,6 milioni di euro). Il confronto con il 2019 mostra una sostanziale stabilità nella categoria del pesce, che allora pesava per il 78,5% del totale. Si osserva invece una lieve riduzione della quota dei crostacei, scesi dal 9,1% del 2019, mentre molluschi e cefalopodi registrano un leggero incremento rispetto al 12,4% del 2019. **La struttura del mercato dei prodotti ittici freschi appare stabile**, con il pesce che mantiene una posizione nettamente dominante. Le variazioni marginali nelle altre categorie suggeriscono un'evoluzione graduale delle preferenze dei consumatori, senza cambiamenti significativi negli equilibri complessivi del settore.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI FRESCHI IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025)

-%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



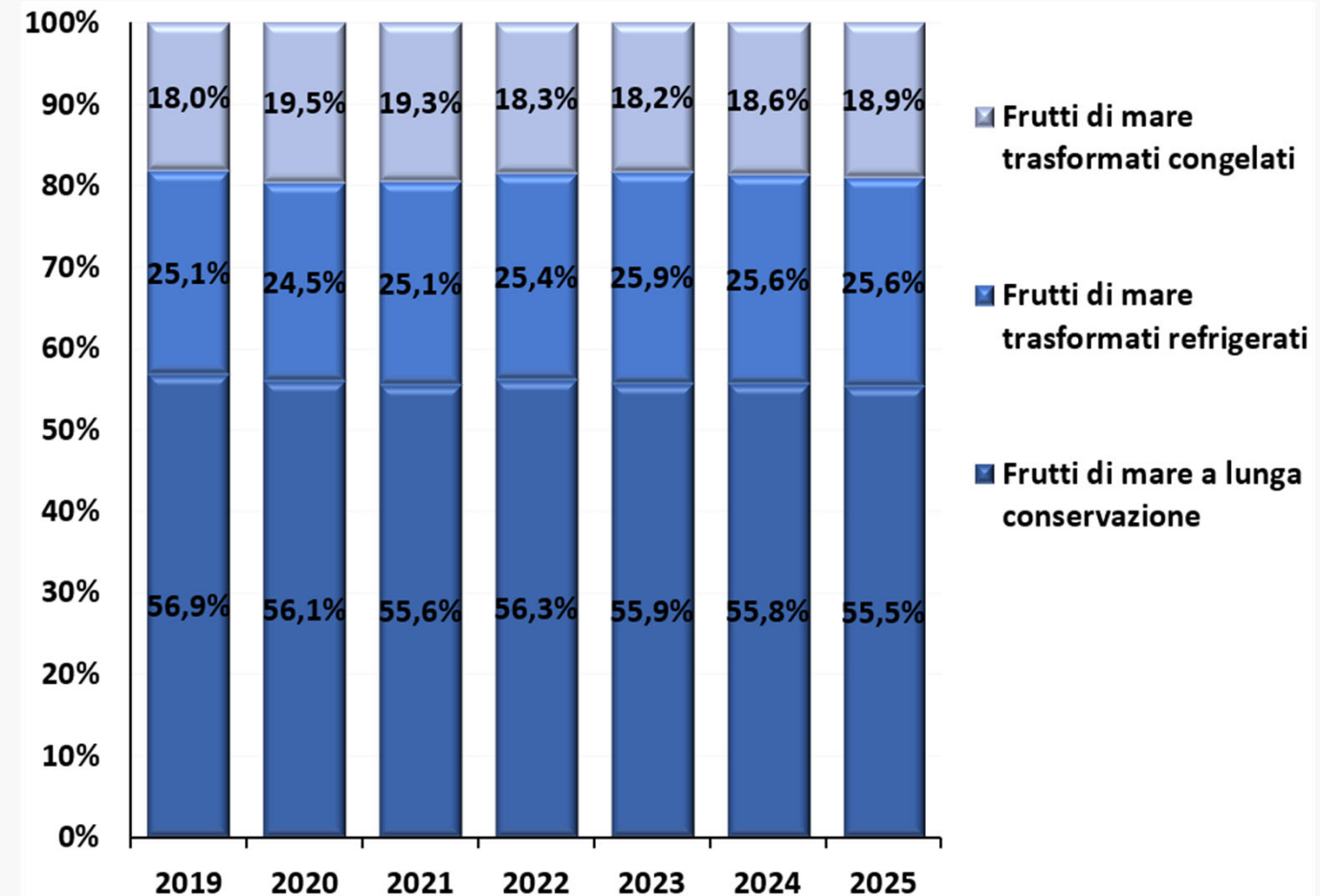
Il mercato dei prodotti ittici trasformati in Italia per valori di vendita e per tipologia di prodotto (2019-2025)



Estendendo l'analisi al mercato dei prodotti ittici trasformati in Italia, emerge che nel 2025 la quota principale è rappresentata dai frutti di mare a lunga conservazione, che coprono il 55,5% del totale, pari a poco meno di 2 miliardi di euro. Tale categoria risulta in lieve calo rispetto al 2019, quando rappresentava il 56,9% del mercato. La restante parte si distribuisce tra i frutti di mare trasformati refrigerati, che raggiungono il 25,6% del totale (910,8 milioni di euro), e quelli trasformati congelati, pari al 18,9% (671,8 milioni di euro). Entrambe queste categorie mostrano un incremento rispetto al 2019, quando pesavano rispettivamente per il 25,1% e per il 18,0% del totale. **Il mercato dei prodotti ittici trasformati mostra una struttura relativamente stabile**, ma con segnali di riequilibrio tra le diverse tipologie. Il lieve arretramento dei prodotti a lunga conservazione e **la crescita delle categorie refrigerate e congelate suggeriscono un orientamento dei consumatori verso soluzioni percepite come più fresche o di qualità superiore**, pur mantenendo un forte interesse per la praticità e la lunga *shelf-life*.

RIPARTIZIONE DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI TRASFORMATI IN ITALIA PER VALORI DI VENDITA E PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (2019-2025) -%

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)





Scenari di mercato globale (2026-2030)

Gli scenari di mercato globale (2026-2030): un quadro di sintesi



Nello scenario di mercato globale (2026-2030) la crescita della domanda mondiale, trasversale alla totalità dei comparti dell'agroalimentare presi in analisi, è concentrata in Asia meridionale e sud-orientale, Le zone urbane del continente Africano e i paesi del Golfo; i mercati UE e nordamericani restano importanti per valore unitario, ma si confermano aree di consolidamento più che di espansione dei volumi e valori di vendita.

- 1. Mercato della frutta e verdura (fresca e trasformata)** - Si stima che la crescita mondiale si concentri in Cina, India, Vietnam, Indonesia e Nigeria, soprattutto nel trasformato (+3-4% medio annuo previsto). Buon dinamismo anche in Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti. In UE mercati più maturi, con segnali positivi nel Nord Europa ma minore espansione volumica.
- 2. Mercato dei prodotti lattiero-caseari** - Si stima che la crescita più vivace venga da Indonesia, Nigeria, India, Filippine, Vietnam e Arabia Saudita, dove si prevede una forte espansione dei lattiero-caseari trasformati. In UE opportunità più selettive nell'Est Europa. La dinamica è sostenuta dall'allargamento della classe media urbana e dalla crescente integrazione dei lattiero-caseari nelle diete quotidiane, soprattutto nelle fasce giovani della popolazione.
- 3. Mercato dei vini e *sparkling wine*** - Mercato polarizzato. Nei paesi maturi si prevede stagnazione o calo, mentre la crescita si concentra in India, Indonesia, Filippine, Nigeria e Vietnam, soprattutto per gli *sparkling*, associati a occasioni celebrative e consumo urbano. In questi contesti il vino sta assumendo progressivamente una valenza di status, fattore che sostiene il valore medio della spesa pur partendo da livelli di consumo ancora contenuti.

Gli scenari di mercato globale (2026-2030): un quadro di sintesi (1)



4. **Mercato dell'Olio di oliva** - È il comparto con la dinamica più intensa: si prevede una crescita sostenuta in Nigeria, Indonesia, India, Emirati Arabi Uniti, Stati Uniti e Arabia Saudita, con tassi stimati tra i più elevati dell'intero agroalimentare. Prodotto percepito come salutare e "mediterraneo", forte leva di posizionamento
5. **Mercato della carne (fresca e trasformata)** - La crescita si concentra fuori dall'Europa. Si stima che i mercati più dinamici siano Indonesia, India, Nigeria, Brasile e Arabia Saudita, dove urbanizzazione e crescita del reddito spingono soprattutto il segmento trasformato, con ritmi che si prevede superino ampiamente la media mondiale. Buone prospettive anche in Vietnam e Thailandia. In UE gli spazi sono più selettivi: interesse in Polonia e Irlanda, ma il vero motore resta emergente extra-UE..
6. **Mercato dei prodotti ittici (freschi e trasformati)** - Si prevede che la domanda in valore cresca in modo sostenuto in India, Sud Africa, Indonesia e Filippine, trainata da espansione demografica, miglioramento delle catene del freddo e diffusione di prodotti confezionati. Spazi interessanti anche in Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti. In Europa crescita più moderata ma stabile nel Nord (es. Irlanda, Svezia).

La lettura congiunta dei sei mercati mostra un quadro chiaro: la crescita più intensa dell'agroalimentare si sposta verso i Paesi emergenti, dove urbanizzazione, aumento del reddito e cambiamento degli stili di consumo alimentano una domanda vivace in quasi tutte le categorie - dall'olio di oliva alla carne, dai prodotti ittici fino a frutta-verdura, lattiero-caseari e vini. L'Europa rimane invece un'area matura, con opportunità più selettive e ritmi di espansione contenuti, concentrati soprattutto nel Nord e nell'Est del continente.

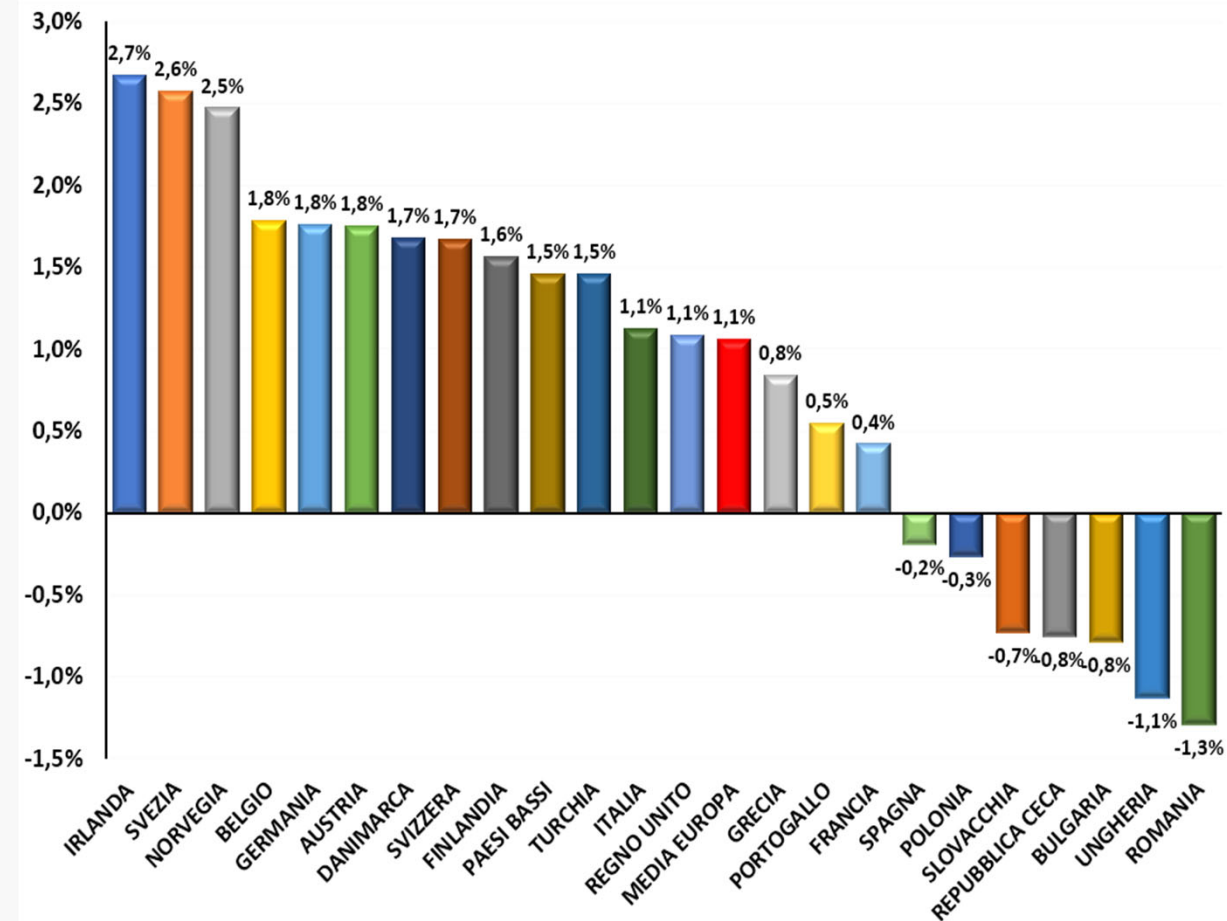
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della frutta fresca nei paesi UE (2026/2030)



Nell'ambito dello scenario previsionale (2025-2030) elaborato sulla base dei modelli *Euromonitor International*, per il mercato della frutta fresca nei paesi europei si stima una crescita dei valori di vendita pari a circa +1,1% medio annuo; indicativa di un comparto strutturalmente maturo ma ancora sostenuto da fattori legati alla salute e alla qualità della dieta alimentare. Le dinamiche più favorevoli dei valori di vendita della frutta fresca in Europa si stimano nei paesi dell'Europa settentrionale, con Irlanda (+2,7%), Svezia (2,6%) e Norvegia (2,5%) in posizione di vertice, dove livelli di reddito elevati e una domanda stabile di prodotti freschi sembrano continuare a mantenere tassi di espansione superiori alla media Europea. Anche per Belgio, Germania, Austria e Danimarca si prevedono incrementi significativi mentre l'Italia e il Regno Unito dovrebbero collocarsi in prossimità della media europea; in un contesto in cui la frutta fresca mantiene un ruolo centrale nelle abitudini alimentari ma con limitati margini di espansione dei volumi. Per contro, nei paesi dell'Europa meridionale e centro-orientale, quali Grecia, Portogallo, Polonia, Slovacchia, Bulgaria, Ungheria e Romania, le prospettive di crescita dovrebbero essere più deboli o negative, riflettendo una combinazione di dinamiche demografiche meno favorevoli e maggiore sensibilità del consumo al prezzo.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA FRESCA PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

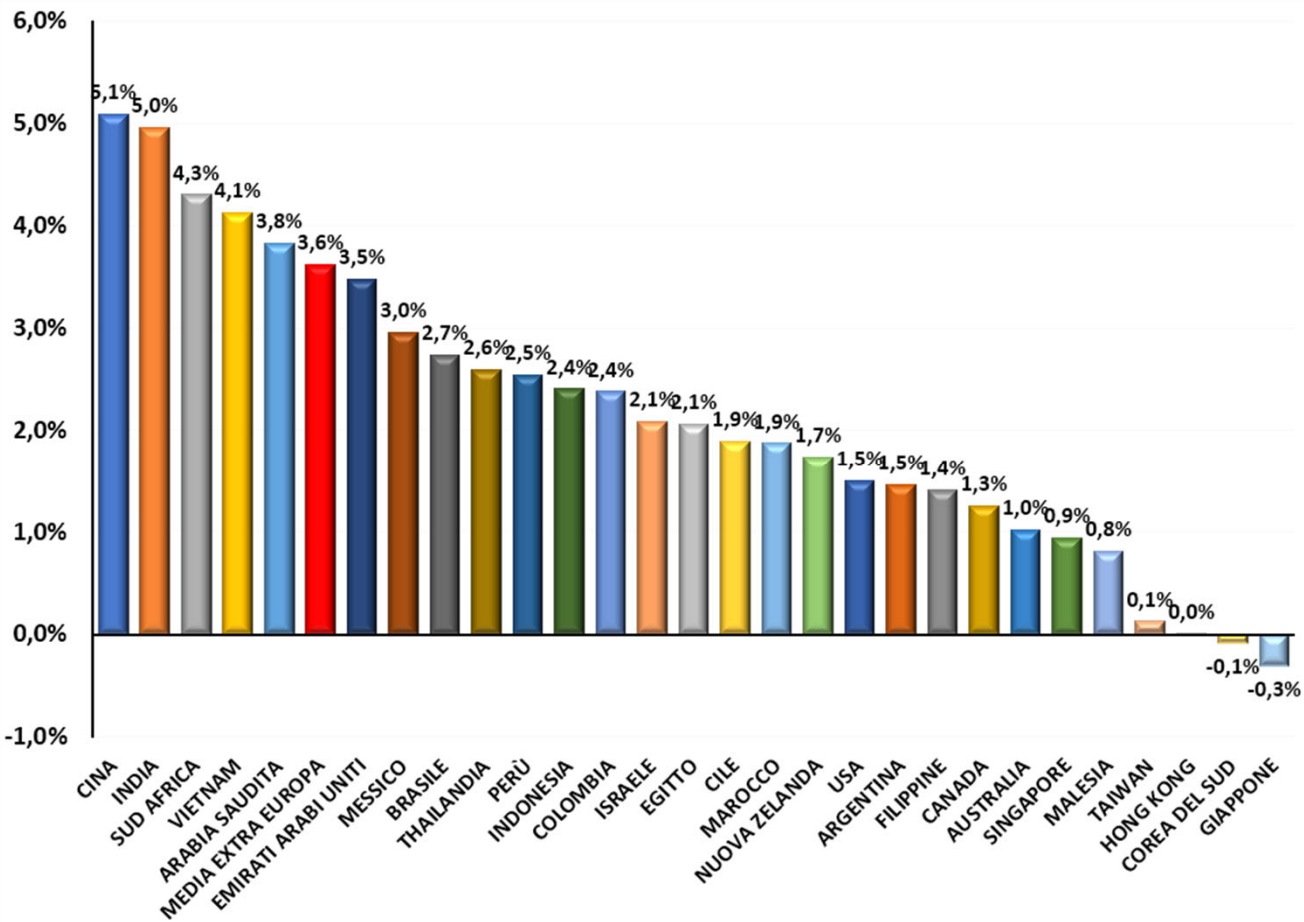


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della frutta fresca nei paesi extra-UE (2026/2030)

Nello scenario previsionale (2025-2030) basato sui modelli *Euromonitor International*, per il mercato della frutta fresca nei paesi extraeuropei si prevede una dinamica decisamente più sostenuta rispetto ai paesi UE, con una crescita media pari +3,6% annuo, segnalando come l'espansione della domanda mondiale sembra destinata a concentrarsi nelle economie emergenti. Si stima che la Cina e l'India guidino la graduatoria con incrementi vicini al +5,0%, sostenuti dall'ampliamento della popolazione urbana e dall'aumento della spesa alimentare pro-capite. Anche Sud Africa, Vietnam e Arabia Saudita presenterebbero ritmi di crescita elevati, riconducibili a miglioramenti del reddito disponibile e a una maggiore incidenza dei prodotti freschi nella spesa alimentare delle famiglie. Per i paesi dell'America Latina, quali Messico, Brasile, Perù, Colombia e Cile, si prevedono andamenti positivi, seppure più contenuti, legati a una domanda interna in espansione e a un contesto demografico più favorevole. Nei mercati maturi, come Stati Uniti, Canada, Australia e Giappone, la crescita dovrebbe essere più limitata, coerentemente con livelli di consumo già elevati e con un posizionamento dei consumatori su qualità di prodotto più elevate.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA FRESCA PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



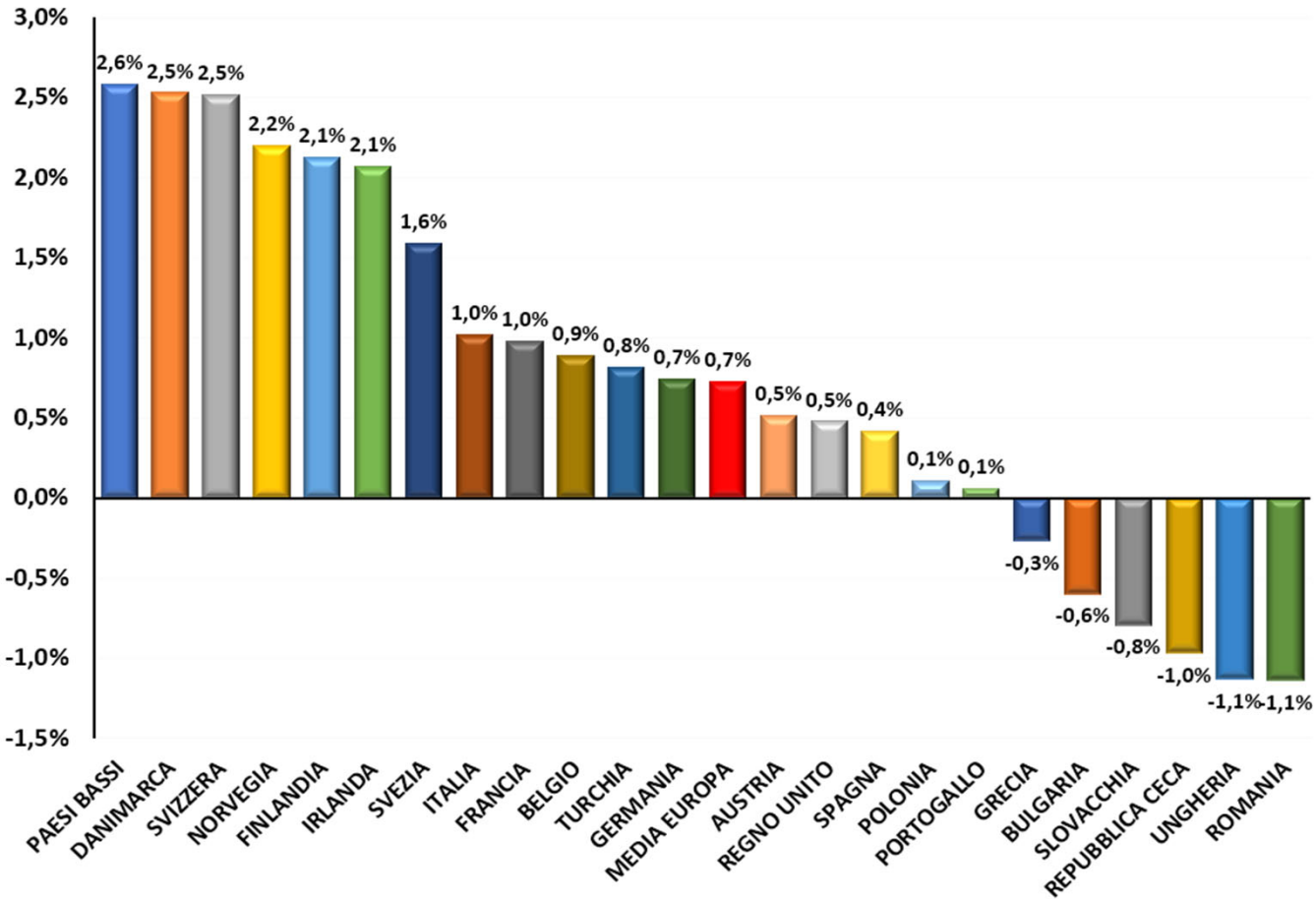
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della verdura fresca nei paesi UE (2026/2030)



Per il mercato della verdura fresca nei paesi europei si stima una crescita dei valori di vendita pari al +0,7% medio annuo nel 2030 rispetto al 2025, coerente con un segmento caratterizzato da consumi già consolidati e limitate possibilità di espansione dei volumi. I tassi di crescita più elevati si prevedono nei Paesi Bassi, in Danimarca e in Svizzera, dove la spesa per ortaggi freschi manterrebbe una dinamica sostenuta grazie a redditi elevati e a un’elevata attenzione nutrizionale. Anche Norvegia, Finlandia e Irlanda dovrebbero registrare variazioni dei valori di vendita positive, indicando una domanda stabile e relativamente meno sensibile alle oscillazioni di prezzo. L’Italia e la Francia si collocherebbero intorno all’1%, confermando l’importanza strutturale del comparto nelle abitudini alimentari ma in un contesto di crescita modesta. Per contro, nei paesi dell’Europa orientale, quali Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria e Romania, si prevedono delle variazioni negative dei valori di vendita, segnalando un possibile ridimensionamento della spesa in presenza di vincoli reddituali.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



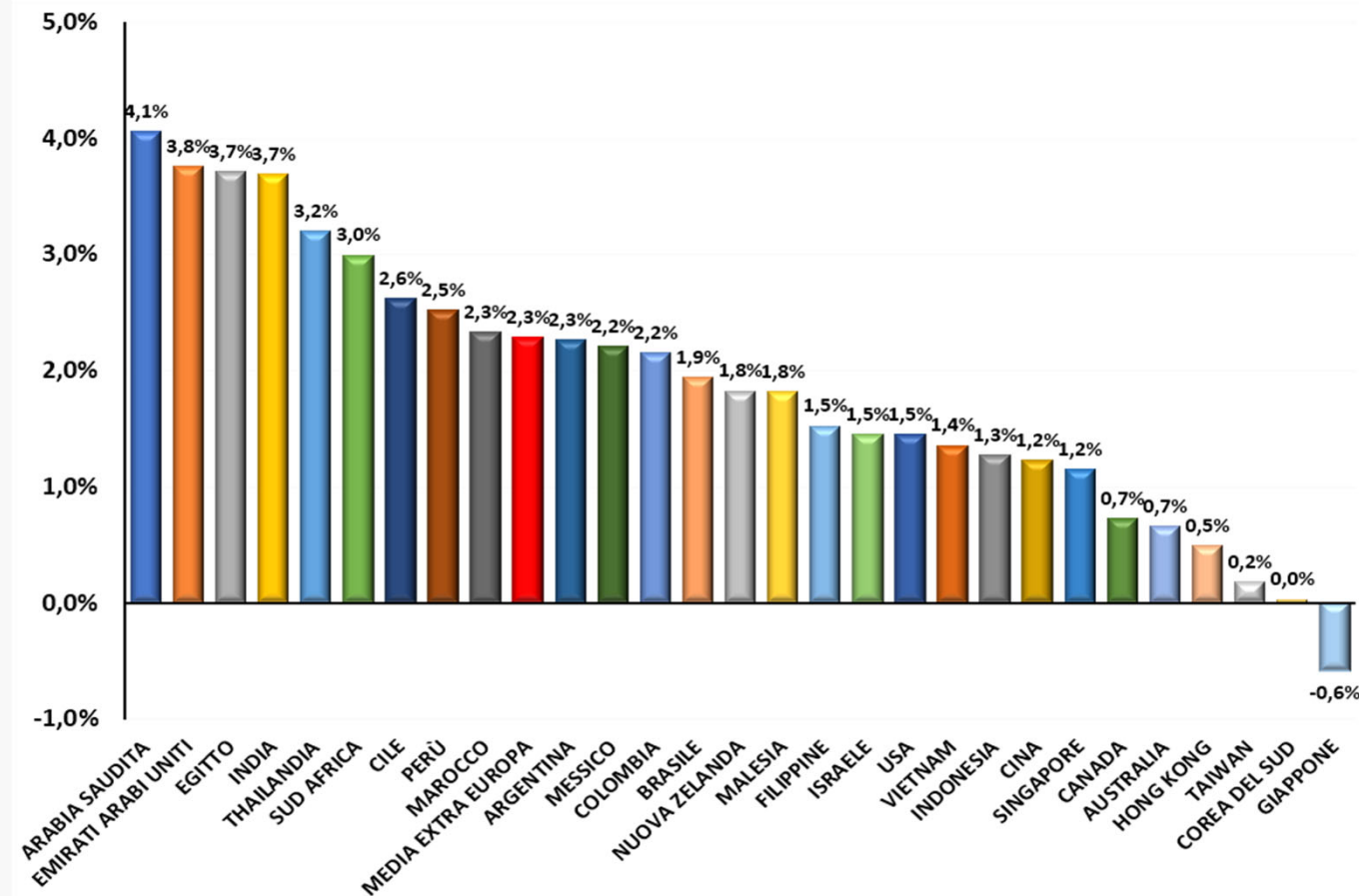
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della verdura fresca nei paesi extra-UE (2026/2030)



Secondo lo scenario previsionale (2025-2030) derivante dai modelli *Euromonitor International*, il mercato della verdura fresca nei paesi extraeuropei registrerebbe una crescita media del +2,3% annuo, con andamenti particolarmente sostenuti in Medio Oriente e in Asia meridionale. Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti si collocherebbero ai vertici della graduatoria, con incrementi superiori al +3,5%, sostenuti dall'espansione della popolazione urbana e dall'aumento della spesa alimentare. Anche India, Thailandia e Sud Africa mostrerebbero dinamiche positive, legate a un miglioramento delle condizioni reddituali. In America Latina, paesi come Cile, Perù, Argentina e Messico evidenzerebbero una crescita moderata ma costante. Nei mercati sviluppati, come Stati Uniti, Canada, Australia e Giappone, le variazioni risulterebbero più contenute, coerenti con livelli di consumo già elevati. Il quadro suggerirebbe che l'espansione globale del comparto orticolo fresco si concentrerebbe prevalentemente nelle economie a più forte crescita demografica.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA VERDURA FRESCA PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

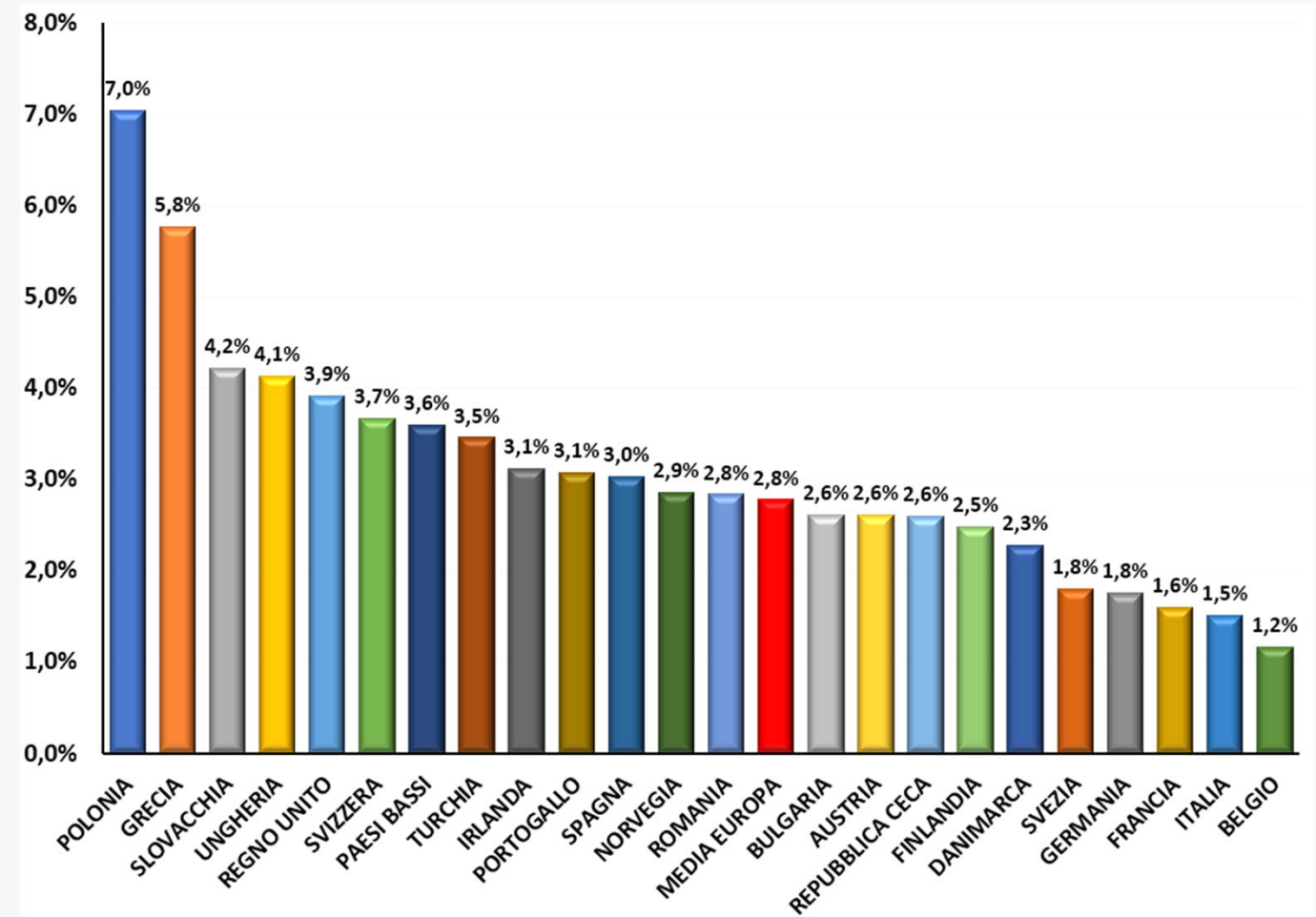


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della frutta e verdura trasformata nei paesi UE (2026/2030)



Nell'ambito dello scenario previsionale (2025-2030) basato sui modelli *Euromonitor International*, il segmento della frutta e verdura trasformata nei paesi UE mostrerebbe una crescita media del +2,8% annuo, superiore a quella dei prodotti freschi, indicando una progressiva espansione della domanda di con minore necessità di preparazione domestica e una maggiore conservabilità. I tassi più elevati si osserverebbero in Polonia, Grecia, Slovacchia e Ungheria, dove la crescita della spesa alimentare e l'evoluzione delle abitudini domestiche favorirebbero il segmento trasformato. Anche Regno Unito, Svizzera e Paesi Bassi evidenzerebbero incrementi sostenuti, legati alla stabilità della domanda, all'ampia offerta di prodotti pronti all'uso nonché alle abitudini di consumo. Nei grandi mercati dell'Europa occidentale, come Germania, Francia e Italia, la crescita risulterebbe positiva ma più moderata, coerente con un contesto di maturità del mercato nonché a una maggiore attenzione al prodotto fresco da parte dei consumatori.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA E VERDURA TRASFORMATA PER PAESE UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

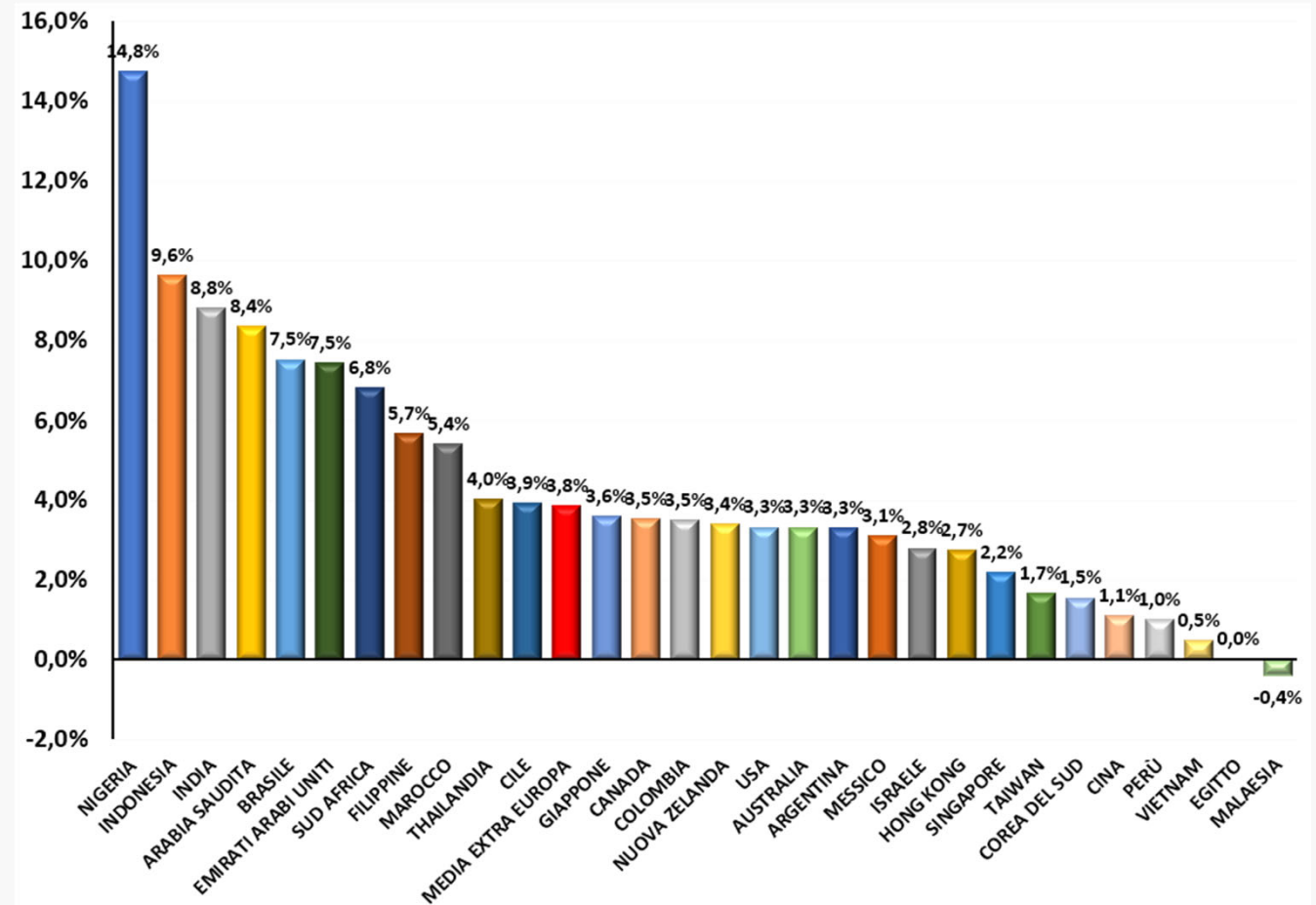


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della frutta e verdura trasformata nei paesi extra-UE (2026/2030)

Secondo lo scenario previsionale 2025-2030 elaborato sui modelli *Euromonitor International*, il mercato della frutta e verdura trasformata nei paesi extraeuropei registrerebbe una crescita media pari al +3,8% medio annuo, con punte particolarmente elevate in Nigeria, Indonesia e India, dove tassi superiori all'8% segnalerebbero una fase di forte espansione della domanda interna. In tali contesti, l'aumento della popolazione urbana e il miglioramento del reddito pro-capite contribuirebbero a sostenere la spesa per prodotti conservati e di più agevole utilizzo. Anche Arabia Saudita, Brasile ed Emirati Arabi Uniti mostrerebbero dinamiche superiori alla media, mentre in America Latina paesi come Cile, Colombia, Argentina e Messico presenterebbero una crescita stabile, compresa tra il +3% e il +4%. Nei mercati avanzati, quali Stati Uniti, Canada, Giappone e Australia, le variazioni risulterebbero positive ma più moderate, coerenti con un'elevata base di consumo. Il quadro complessivo indicherebbe che il principale contributo all'espansione mondiale del comparto trasformato dovrebbe provenire dalle economie emergenti, dove il segmento assumerebbe un ruolo sempre più rilevante nella struttura della spesa alimentare di tali paesi.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA FRUTTA E VERDURA TRASFORMATA PER PAESE EXTRA-UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



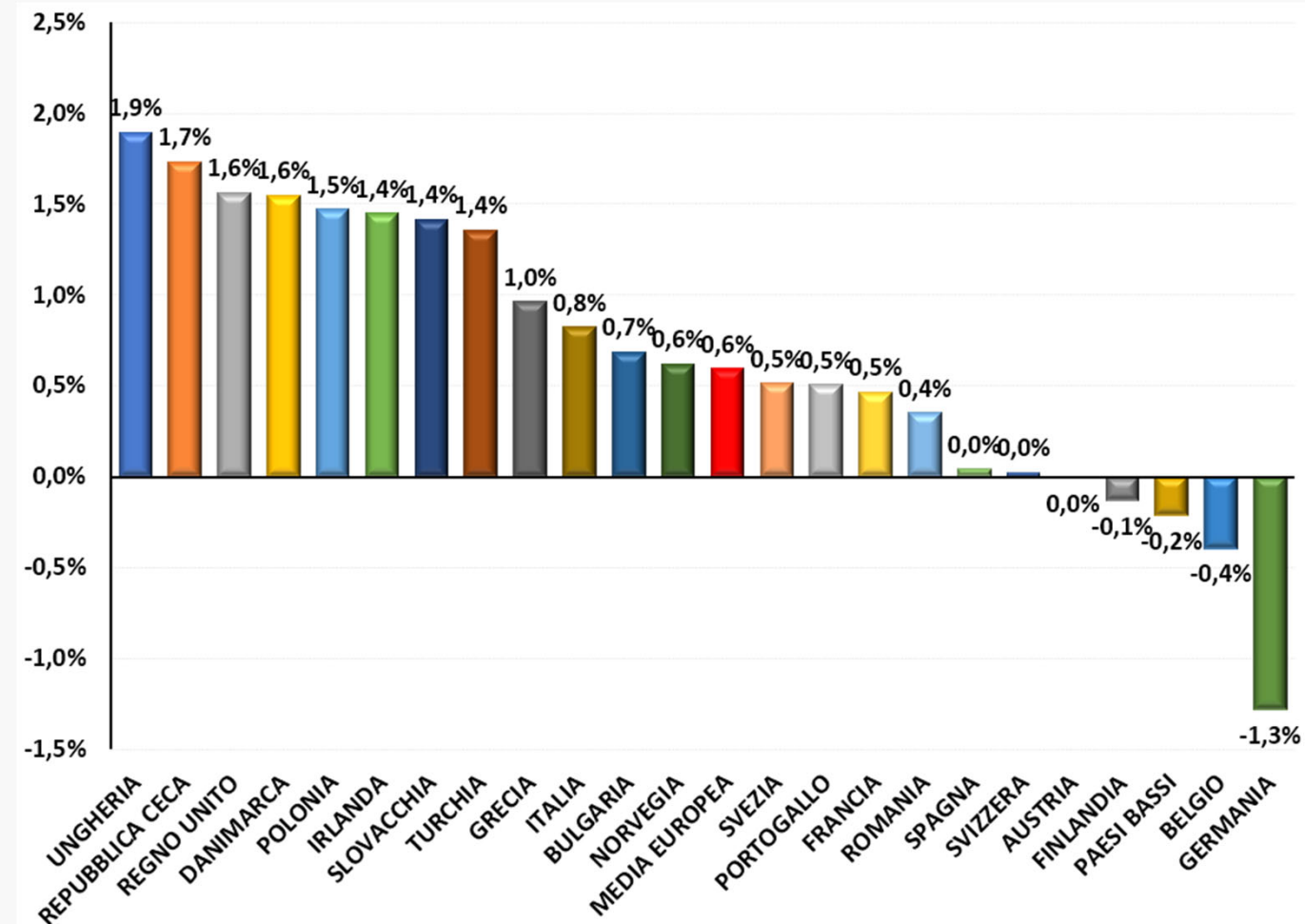
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato del burro nei paesi UE (2026/2030)



Nello scenario previsionale 2025-2030, elaborato sulla base dei modelli *Euromonitor International*, si stima che il mercato del burro nei paesi dell'Unione Europea registri una lieve crescita (pari al +0,6% medio annuo) sebbene eterogenea sul piano territoriale. Tale dinamica sembrerebbe riflettere fattori quali l'attenzione nutrizionale dei consumatori europei e la concorrenza di grassi alternativi di natura vegetale. Si stima che le dinamiche di crescita più sostenute dei valori di vendita del burro si registrino in Ungheria, Repubblica Ceca, Regno Unito e Danimarca. In questi paesi, secondo i modelli previsionali *Euromonitor International*, la crescita dei consumi di burro potrebbero essere conseguenti a una combinazione di incremento dei prezzi medi, tenuta dei consumi domestici e progressiva valorizzazione delle referenze lattiero-casearie ad alto contenuto qualitativo. Per contro, Le flessioni previste per Germania, Belgio e Paesi Bassi indicherebbero invece mercati saturi, caratterizzati da elevata penetrazione del prodotto e da una competizione di prezzo che comprimerebbe la crescita in valore.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEL BURRO PER PAESE UE (2026/2030) - %

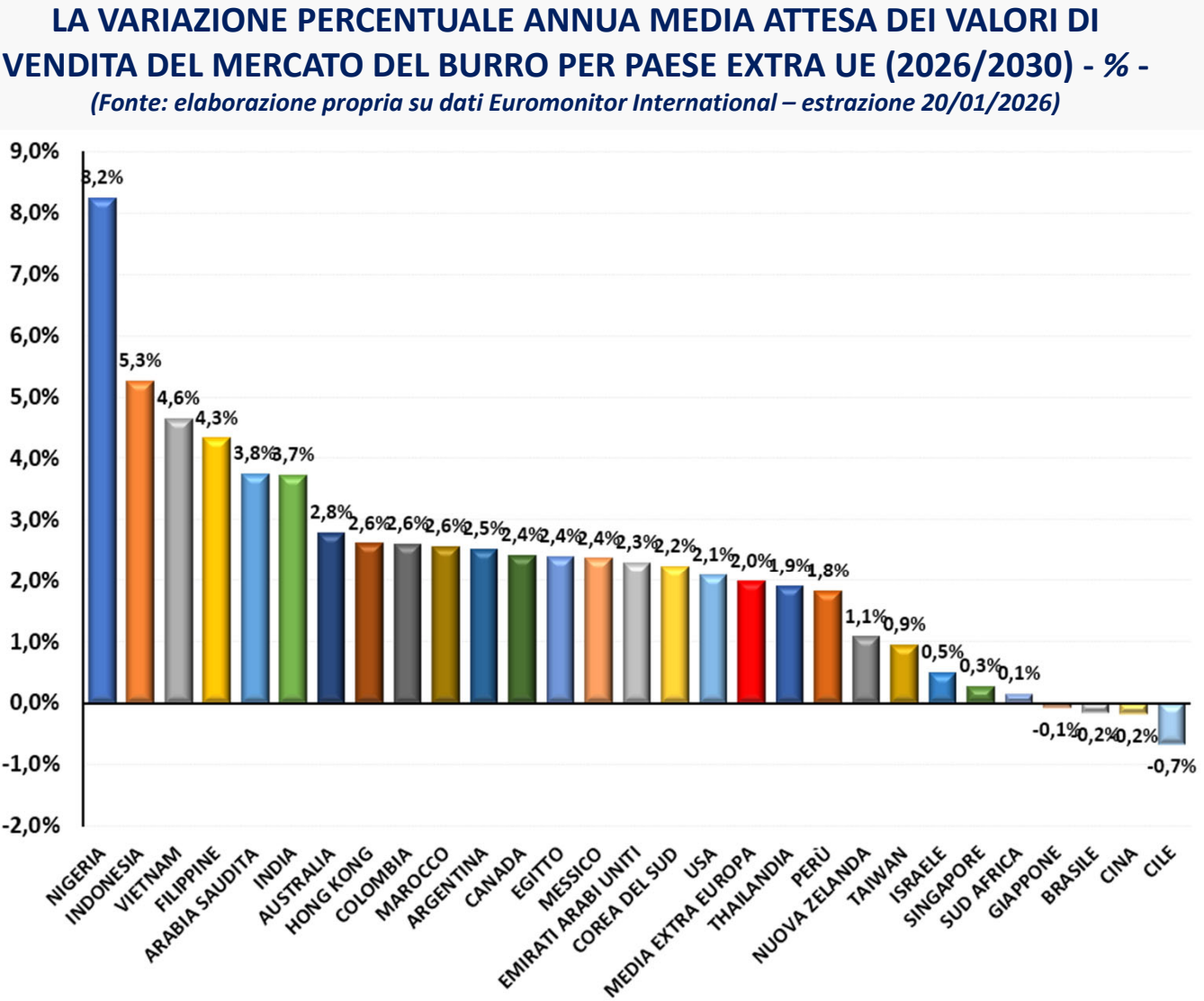
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato del burro nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nello scenario previsionale 2025-2030, definito attraverso i modelli *Euromonitor International*, il mercato del burro nei paesi extra-UE evidenzierebbe prospettive di crescita sensibilmente più sostenute rispetto all'area europea (pari al +2,0% medio annuo), confermando il ruolo dei mercati emergenti e di alcune economie asiatiche e africane come principali driver dell'espansione del comparto. Si prevede che Nigeria, Indonesia, Vietnam e Filippine registrino le variazioni medie annue più elevate, con tassi ampiamente superiori al 4%, riflettendo la crescita demografica, l'urbanizzazione e il progressivo consolidamento della distribuzione moderna, che favorirebbe la diffusione di prodotti lattiero-caseari confezionati e standardizzati. Al contrario Giappone, Brasile e Cina sembrano mostrare dinamiche deboli o leggermente negative, segnalando mercati maturi o caratterizzati da cambiamenti nelle preferenze alimentari e da maggiore concorrenza tra categorie sostitutive.

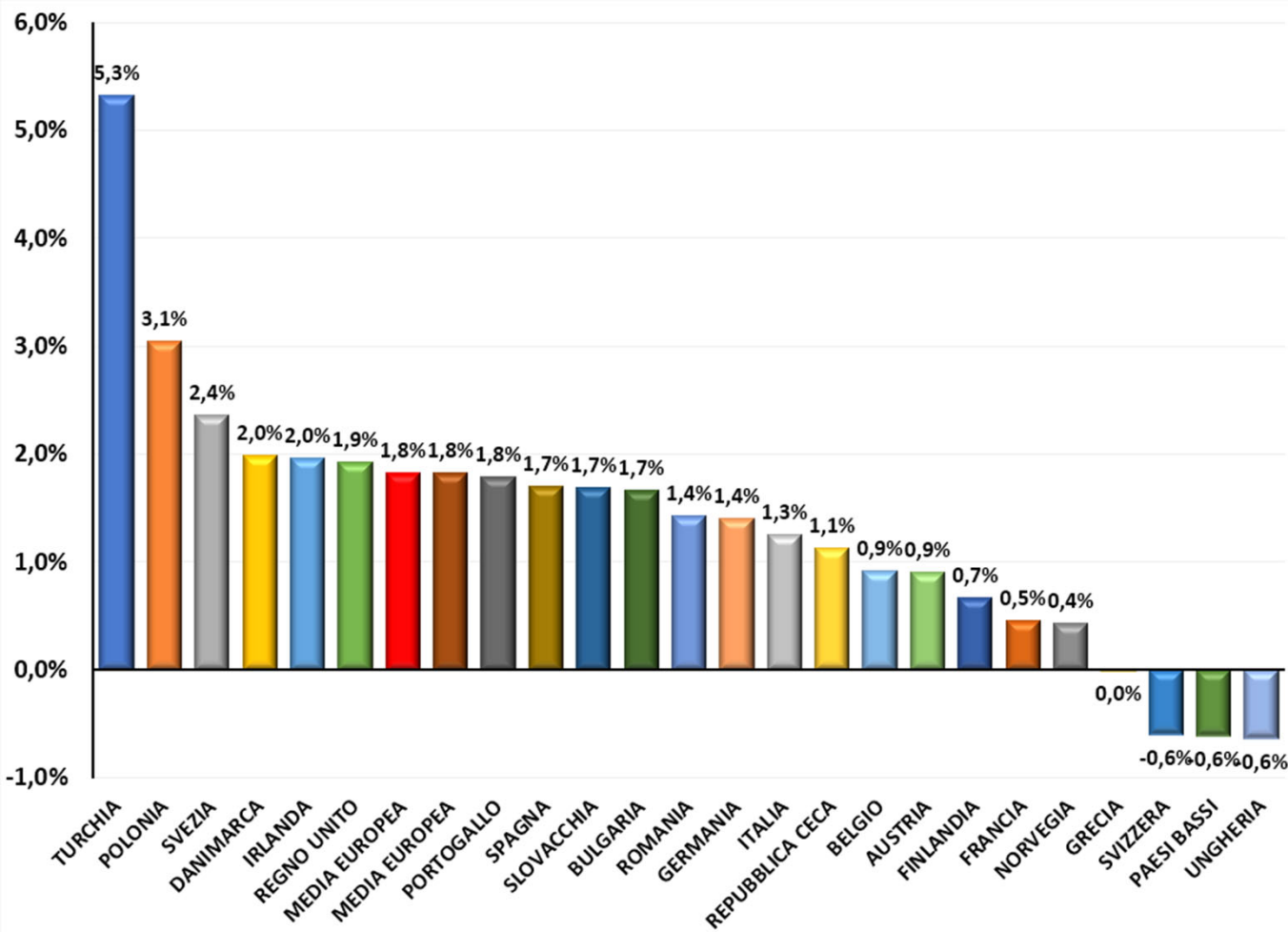


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei formaggi nei paesi UE (2026/2030)



Nell’orizzonte previsionale 2025-2030 delineato dai modelli *Euromonitor International*, il mercato dei formaggi nei paesi UE si configurerebbe come uno dei segmenti più dinamici dell’area lattiero-casearia, con una crescita media europea prossima al 2% annuo in valore, sostenuta dall’elevata articolazione dell’offerta e dalla centralità culturale del prodotto nelle diete continentali. Si stima che Turchia e Polonia potrebbero rappresentare i mercati con le dinamiche più favorevoli, con tassi di crescita delle vendite in valore superiori al +3%, riflettendo sia l’espansione della domanda interna sia un progressivo spostamento verso referenze a maggiore valore unitario. Anche Svezia, Danimarca, Irlanda e Regno Unito sembrano mostrare ritmi di crescita superiori alla media Europea, segnalando una domanda resiliente e una capacità del comparto di generare valore attraverso segmentazione, differenziazione e qualità percepita. Paesi dell’Europa meridionale come Spagna e Portogallo, insieme a Slovacchia e Bulgaria, si collocherebbero in un’area di crescita moderata, mentre Germania e Italia presenterebbero dinamiche leggermente inferiori alla media, coerenti con mercati già ampi e strutturalmente sviluppati.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI FORMAGGI PER PAESE UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

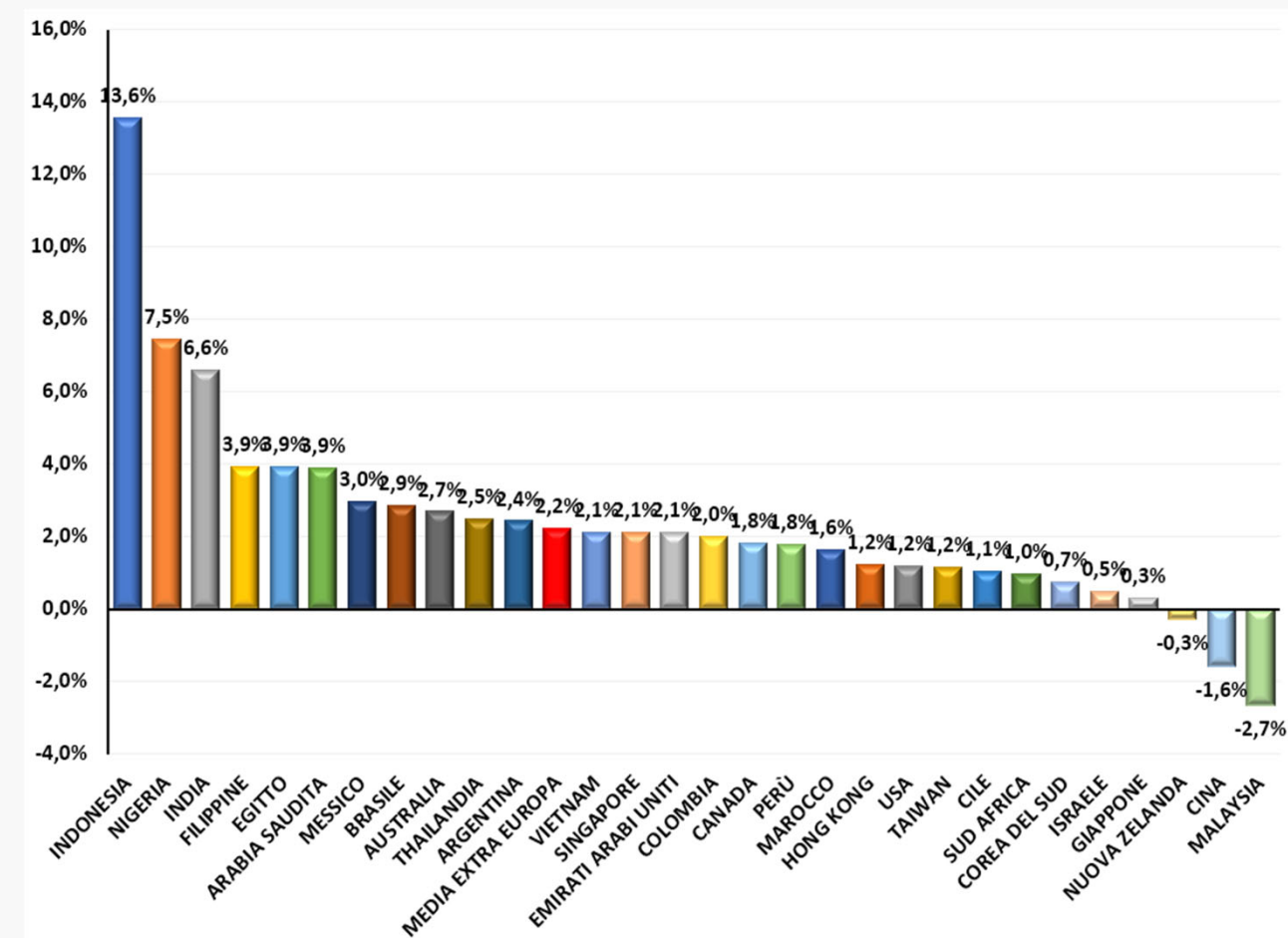


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei formaggi nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nello scenario 2025-2030, stimato attraverso i modelli previsionali *Euromonitor International*, il mercato dei formaggi nei paesi extra-UE sembra mostrare tassi di crescita particolarmente elevati (pari al 2,2% medio annuo), evidenziando un forte processo di espansione della domanda in numerose economie emergenti. Indonesia, Nigeria e India si configurerebbero come i mercati a maggior espansione, con tassi di crescita superiori al +6,0% medio annuo. Tale dinamica è sostenuta dall'ampliamento della classe media urbana e dalla crescente diffusione di prodotti lattiero-caseari trasformati. Anche Filippine, Egitto e Arabia Saudita sembrano evidenziare ritmi di crescita sostenuti, indicando come il Medio Oriente e il Sud-Est asiatico rappresentino aree chiave per l'espansione del comparto. Per i paesi dell'America Latina, quali Messico, Brasile e Argentina, si stima una crescita significativa, mentre Canada e Stati Uniti si collocherebbero su ritmi più contenuti, coerenti con mercati già maturi ma ancora capaci di generare valore attraverso segmenti specializzati. Infine, le dinamiche negative attese per Cina e Malesia indicherebbero contesti di rallentamento o di riorientamento dei consumi, mentre Nuova Zelanda si collocherebbe in una fase di lieve contrazione.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI FORMAGGI PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



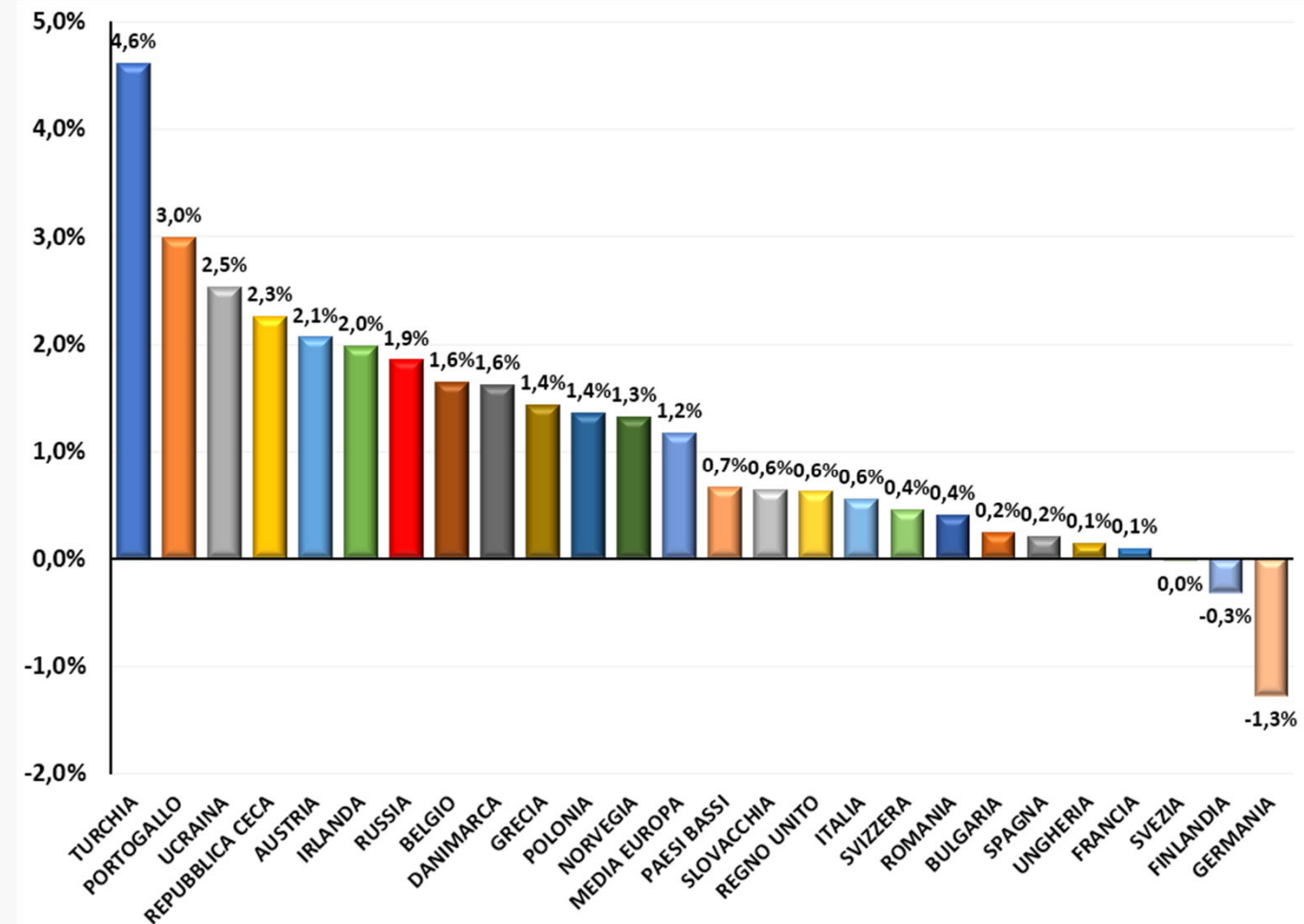
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dello yogurt nei paesi UE (2026/2030)



Nel quadro previsionale 2025–2030 definito dai modelli *Euromonitor International*, il mercato dello yogurt nei paesi UE mostrerebbe una crescita media moderata, prossima all'1,2% annuo in valore, con una distribuzione delle performance che evidenzierebbe una maggiore vivacità nei paesi dell'Europa orientale e sud-orientale. Turchia e Portogallo si collocherebbero tra i mercati più dinamici, con tassi superiori al 3%, seguiti da Ucraina, Repubblica Ceca e Austria, che rifletterebbero una domanda in evoluzione e una crescente attenzione verso prodotti fermentati percepiti come funzionali al benessere. Anche Irlanda, Russia, Belgio e Danimarca mostrerebbero dinamiche superiori alla media europea, segnalando una buona capacità del comparto di sostenere la crescita dei valori di vendita. Italia, Regno Unito e Paesi Bassi si collocherebbero su ritmi più contenuti, coerenti con mercati maturi e ad elevata penetrazione, mentre Francia, Spagna e Svezia evidenzierebbero una sostanziale stabilità. Le contrazioni previste per Finlandia e Germania indicherebbero contesti di saturazione o di riorientamento della domanda verso altre tipologie di prodotti lattiero-caseari.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLO YOGURT PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

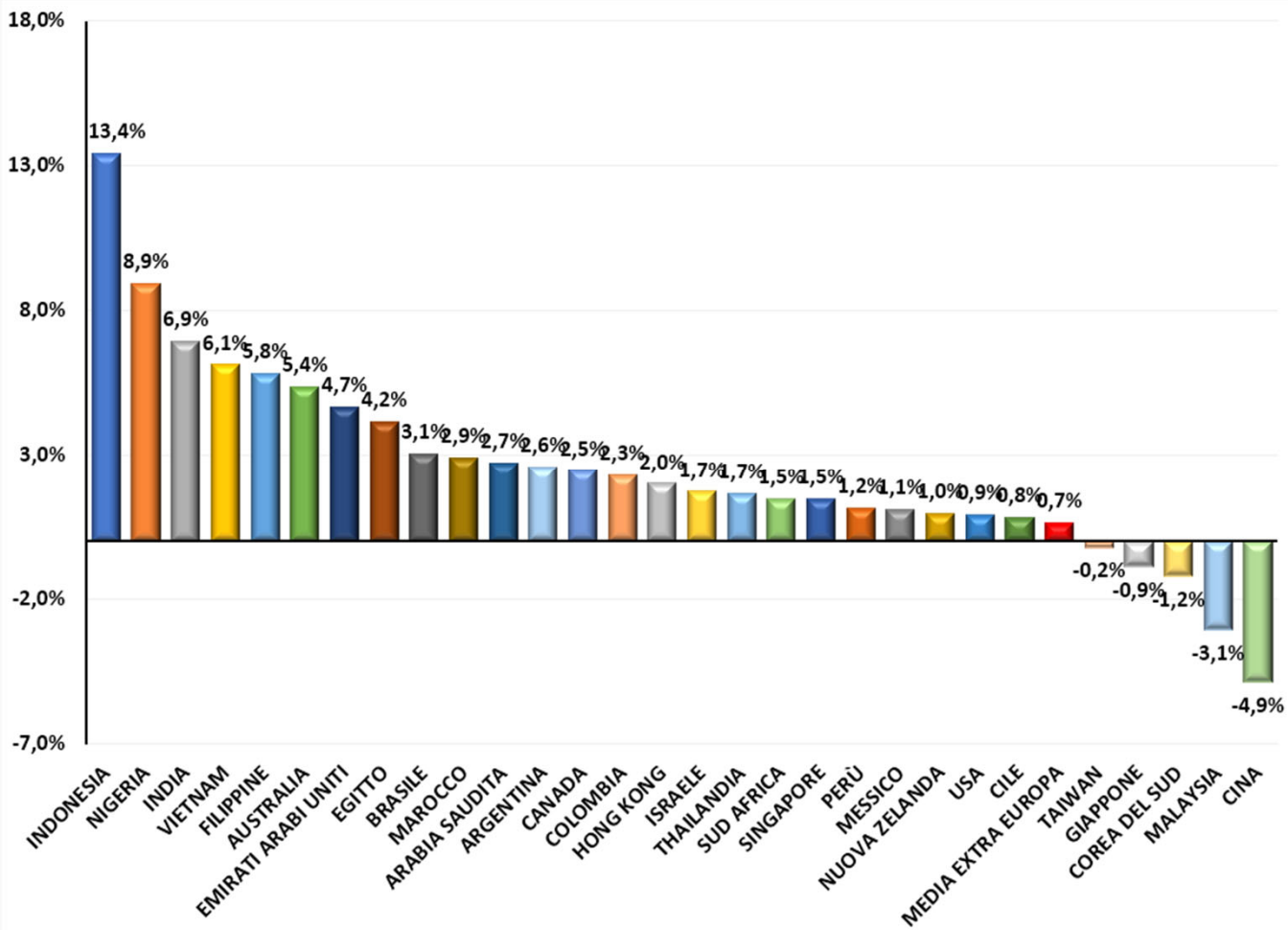


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dello yogurt nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nello scenario previsionale 2025–2030 elaborato con i modelli *Euromonitor International*, il mercato dello yogurt nei paesi extra-UE presenterebbe dinamiche di crescita particolarmente sostenute, con una media extra europea positiva e trainata in larga misura dai paesi dell’Asia meridionale e sud-orientale e da alcune economie africane. Indonesia, Nigeria, India, Vietnam e Filippine registrerebbero le variazioni medie annue più elevate, superiori al 5%, riflettendo la rapida espansione della domanda urbana e la crescente diffusione di prodotti lattiero-caseari confezionati. Anche Australia ed Emirati Arabi Uniti mostrerebbero ritmi robusti, segnalando mercati caratterizzati da buona capacità di spesa e forte presenza di canali distributivi strutturati. Brasile, Egitto, Marocco e Arabia Saudita si collocherebbero in una fascia di crescita intermedia ma stabile, mentre Canada e Colombia confermerebbero una dinamica positiva ma più contenuta. Gli Stati Uniti presenterebbero una crescita moderata, coerente con un mercato già sviluppato, mentre le contrazioni previste per Cina, Malesia, Corea del Sud e Giappone indicherebbero contesti di maturità o di cambiamento delle preferenze alimentari.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLO YOGURT PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - %
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

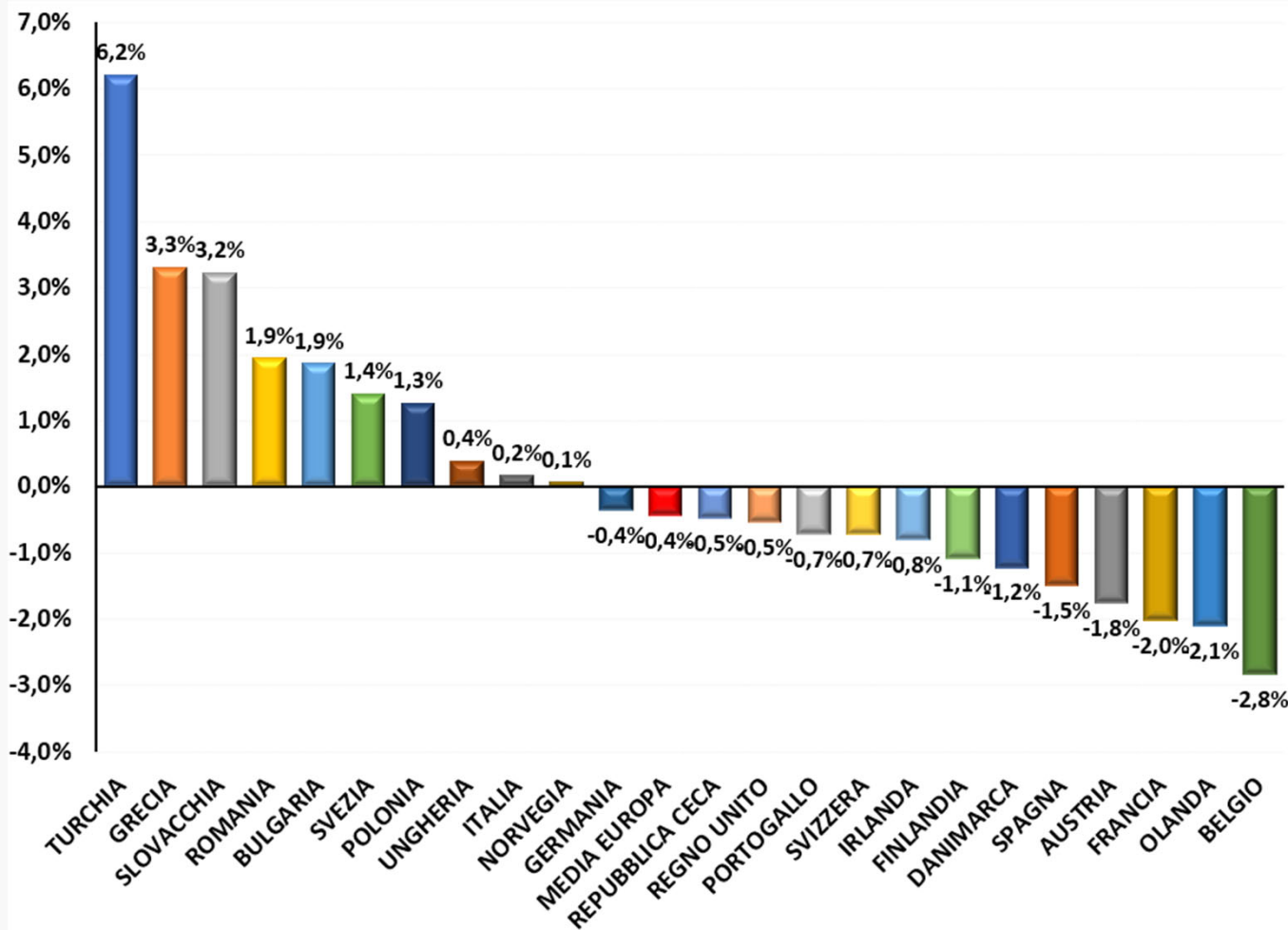


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei vini nei paesi UE (2026/2030)



Le proiezioni 2025-2030, prodotte dai modelli previsionali *Euromonitor International*, indicano per il mercato dei vini nell'Unione europea una fase di sostanziale stagnazione delle vendite in valore, con una crescita medio annua pari al -0,4%. Si stima che la contrazione sia riconducibile a cambiamenti strutturali nei comportamenti di consumo, con una riduzione delle quantità pro capite e una crescente attenzione alla moderazione alcolica, solo parzialmente compensata da un aumento del prezzo medio unitario e da una maggiore incidenza dei segmenti a più elevato valore. Le dinamiche positive attese in Turchia (6,2%), Grecia (3,3%) e Slovacchia (3,2%) riflettono mercati con margini di espansione legati alla crescita del reddito urbano e alla diffusione della cultura del vino. Al contrario, nei principali mercati dell'Europa occidentale si stima una fase di ridimensionamento: Germania (-0,4%), Regno Unito (-0,5%), Francia (-2,0%) e Spagna (-1,5%) mostrano dinamiche negative, legate alla saturazione del consumo e all'evoluzione degli stili di vita. In Belgio (-2,8%) e Paesi Bassi (-2,1%) si prevede una contrazione più marcata, attribuibile a una crescente competizione con altre bevande e a politiche di salute pubblica.

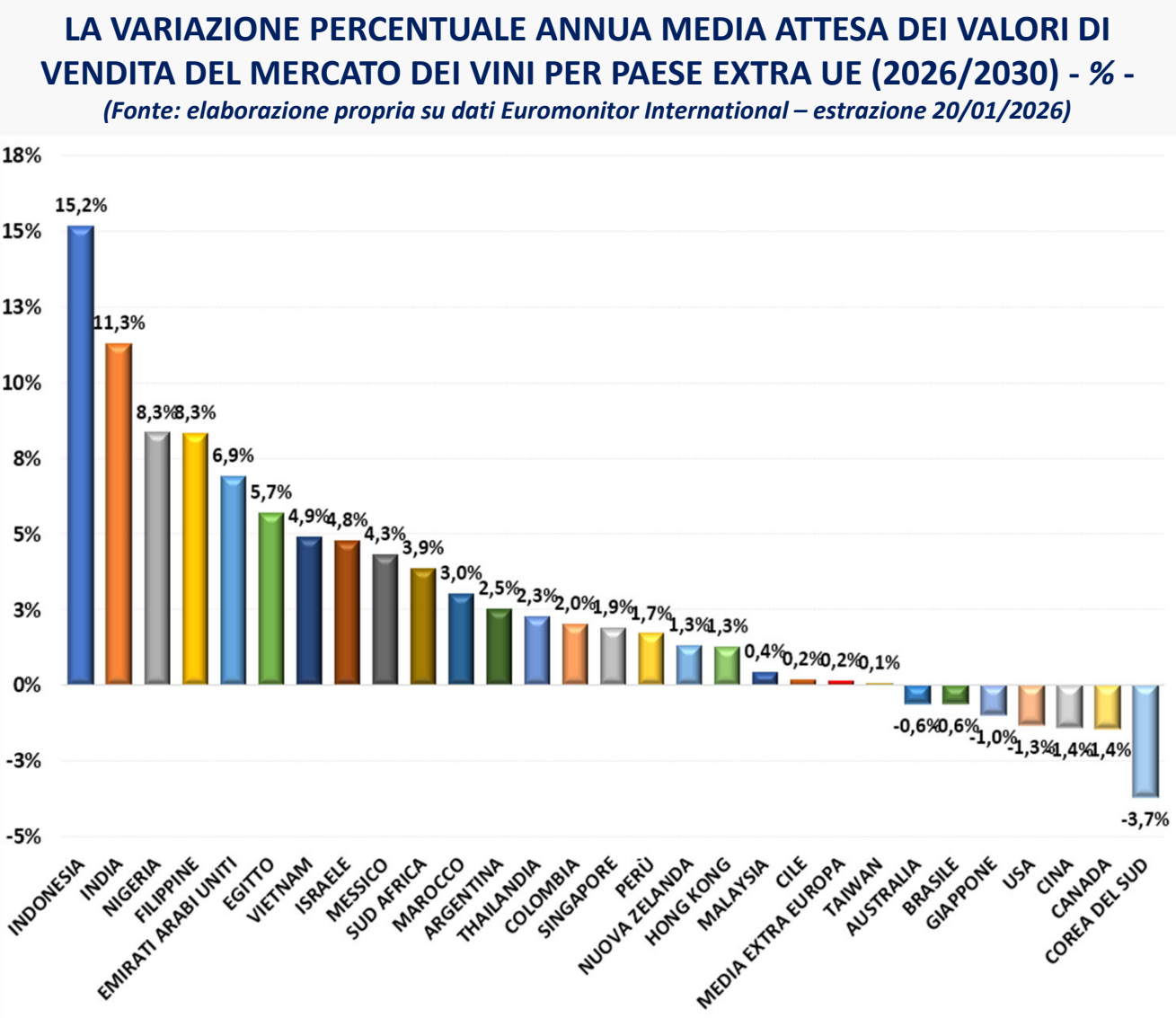
LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI VINI PER PAESE UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei vini nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nel periodo 2025-2030 si stima che il mercato del vino nei paesi extra-UE presenti una dinamica fortemente polarizzata, con un gruppo di economie emergenti caratterizzate da ritmi di espansione sostenuti e un insieme di mercati maturi in fase di rallentamento o contrazione. Le elaborazioni basate su modelli previsionali *Euromonitor International* indicano una crescita media annua dell'area extraeuropea prossima alla stabilità (0,2%), dato che sintetizza andamenti molto differenziati tra aree geografiche e livelli di sviluppo del consumo. I tassi di crescita più elevati sono attesi in Indonesia (+15,2%) e India (+11,3%), dove si prevede un ampliamento della base dei consumatori urbani e una crescente diffusione del vino nei contesti di consumo occidentali e nella ristorazione moderna. Nigeria e Filippine (+8,3%) mostrano una dinamica analoga, sostenuta dall'espansione della classe media e dalla progressiva integrazione dei modelli alimentari globali. Al contrario, nei mercati tradizionalmente consolidati si prevede una fase di ridimensionamento: Stati Uniti (-1,3%), Canada (-1,4%), Giappone (-1,0%) e Australia (-0,6%) evidenziano una contrazione del valore legata a una riduzione dei volumi consumati e a una maggiore attenzione a stili di vita salutistici. La flessione prevista in Cina (-1,4%) riflette un contesto di domanda più debole e una crescente concorrenza di altre bevande.

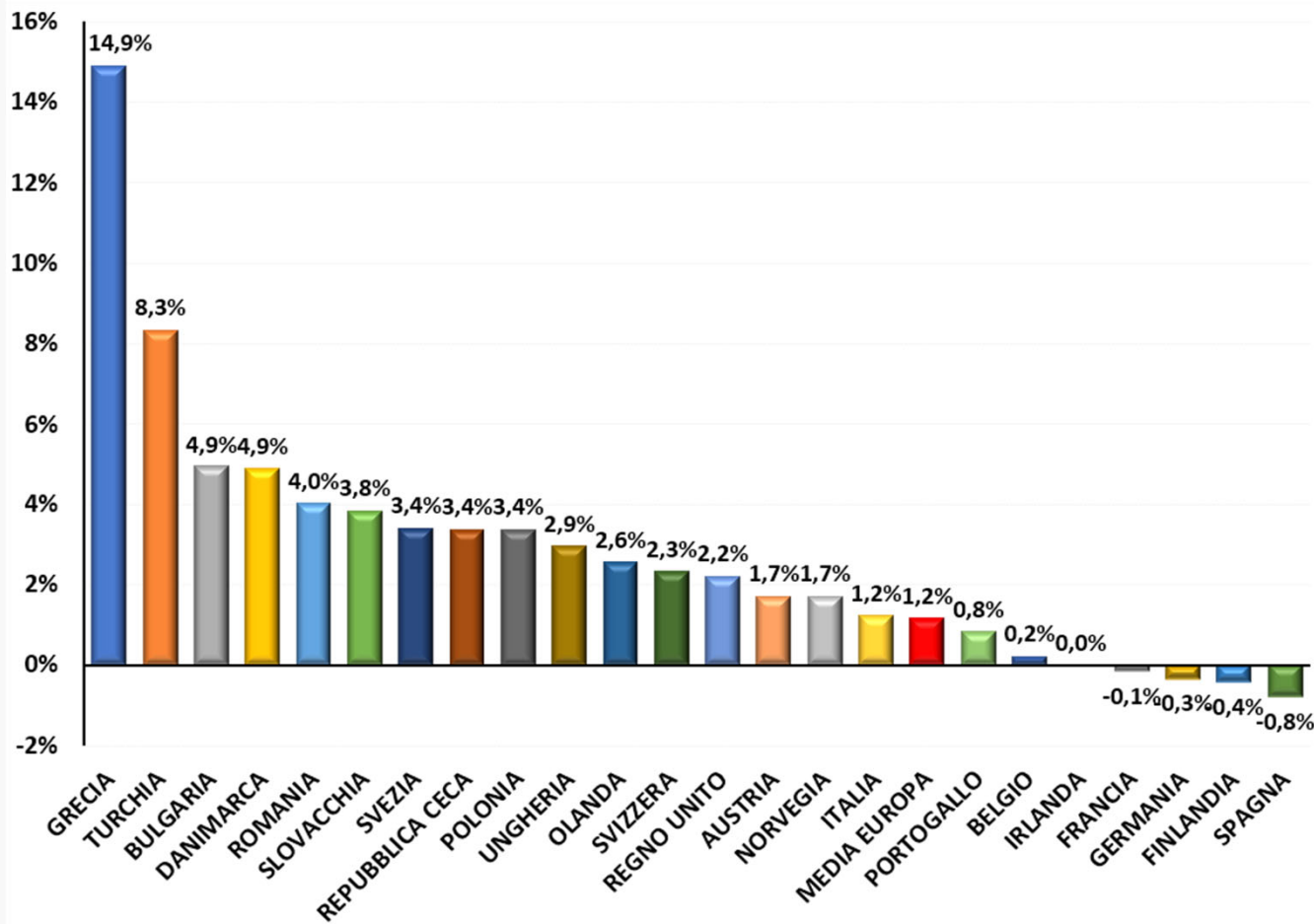


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato degli *sparkling wine* nei paesi UE (2026/2030)



Le proiezioni 2025-2030 indicano per il mercato europeo degli *sparkling wine* una dinamica positiva, con una crescita media annua stimata pari all'1,2% secondo i modelli previsionali *Euromonitor International*. Si prevede che la categoria mantenga un profilo in crescita rispetto ai vini fermi, grazie alla sua associazione a occasioni di consumo festive e alla crescente diffusione nel consumo informale. I tassi di crescita più elevati sono attesi in Grecia (14,9%) e Turchia (8,3%), mercati in cui si stima una rapida crescita del consumo urbano e un ampliamento delle occasioni di utilizzo del prodotto. Nei paesi dell'Europa centro-orientale la dinamica positiva riflette un processo di convergenza dei modelli di consumo, mentre nei mercati maturi dell'Europa occidentale si prevede un andamento più contenuto. In Italia (1,2%), Regno Unito (2,2%) e Svizzera (2,3%) l'aumento del valore delle vendite è attribuibile prevalentemente alla crescita del prezzo medio e alla maggiore incidenza di referenze di qualità superiore. Al contrario, Francia (-0,1%), Germania (-0,3%) e Spagna (-0,8%) mostrano segnali di lieve contrazione, come conseguenza della saturazione del consumo e della competizione con altre bevande alcoliche.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEGLI *SPARKLING WINE* PER PAESE UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)



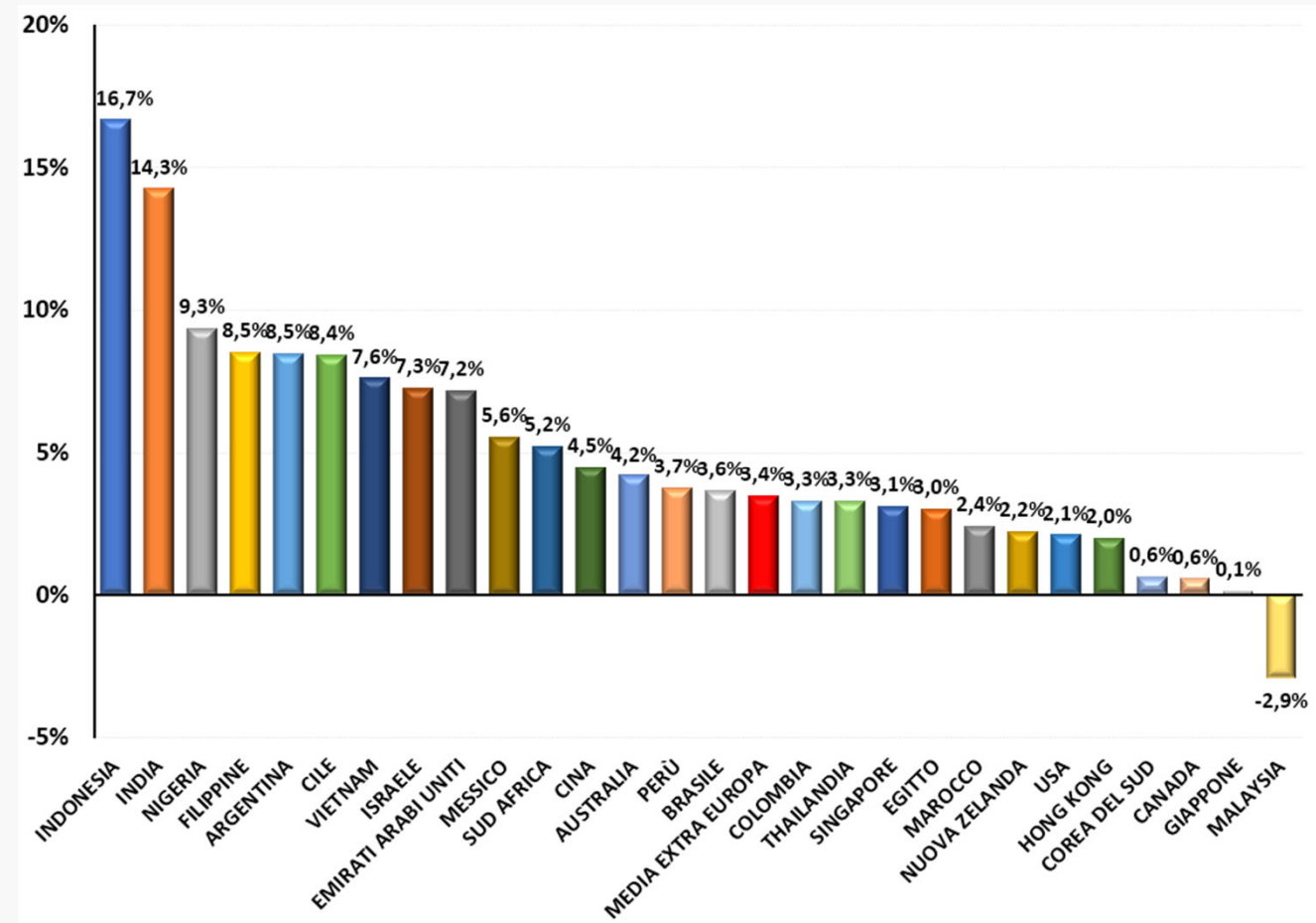
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato degli *sparkling wine* nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nel periodo 2025-2030 si stima che il mercato degli *sparkling wine* nei paesi extra-UE registri una crescita media annua pari al 3,4%, superiore a quella dei vini fermi e trainata principalmente dai mercati emergenti. Le proiezioni elaborate su modelli previsionali *Euromonitor International* indicano tassi di crescita particolarmente elevati in Indonesia (16,7%) e India (14,3%), dove la categoria trova beneficio dell'aumento del reddito urbano e della crescente diffusione di modelli di consumo occidentali. Nigeria (9,3%) e Filippine (8,5%) mostrano una dinamica simile, legata all'espansione della classe media e all'associazione del prodotto a occasioni celebrative. In America Latina, Argentina (8,5%) e Cile (8,4%) si prevede un'espansione dei valori di vendita favorita da una consolidata tradizione produttiva e da un rafforzamento della domanda interna. Vietnam (7,6%) e Israele (7,3%) presentano tassi di crescita elevati grazie allo sviluppo dei canali della distribuzione moderna e alla crescita dei consumi urbani. Negli Emirati Arabi Uniti (7,2%) il mercato è sostenuto dal turismo e dalla spesa dei consumatori ad alto reddito, mentre nei mercati maturi, come Stati Uniti (2,1%), Australia (4,2%) e Canada (0,6%), si prevede una crescita più contenuta.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEGLI *SPARKLING WINE* PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati *Euromonitor International* – estrazione 20/01/2026)

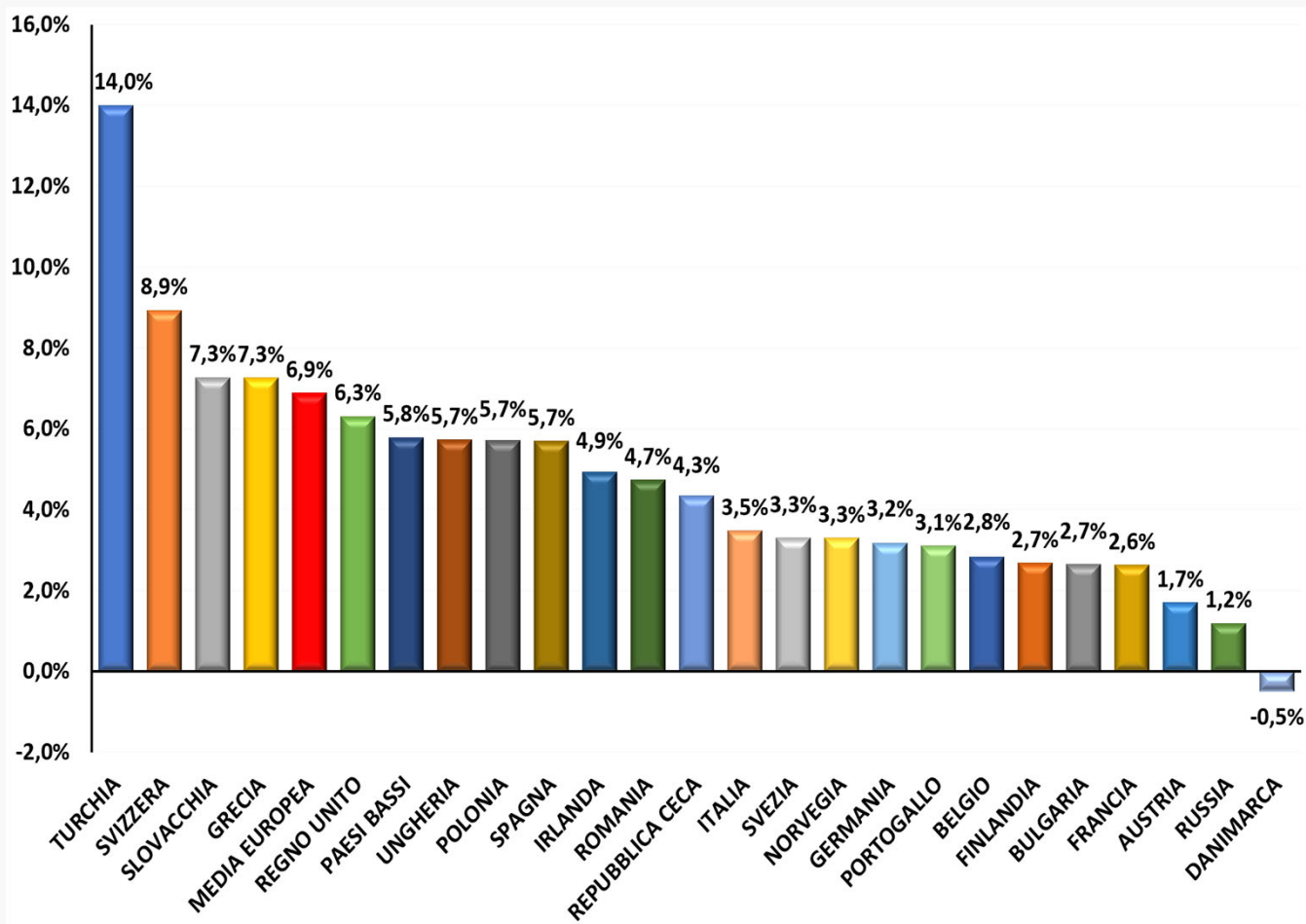


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dell'olio di oliva nei paesi UE (2026/2030)



Nel periodo 2025-2030 si stima che il mercato europeo dell'olio di oliva evidenzierà una crescita decisa dei valori di vendita, sostenuta da un progressivo orientamento della domanda verso prodotti di fascia qualitativa più elevata e da un ampliamento della base dei consumatori in diversi paesi non tradizionalmente produttori. Le proiezioni elaborate su modelli previsionali *Euromonitor International* indicano una crescita media annua europea pari al +6,9%, che riflette un equilibrio tra mercati maturi dell'Europa occidentale e aree dell'Europa centro-orientale caratterizzate da una dinamica di penetrazione ancora in corso. I tassi più elevati sono attesi in Turchia (14,0%), dove si prevede un rafforzamento del consumo domestico legato alla valorizzazione della dieta mediterranea e all'aumento del reddito disponibile urbano, e in Svizzera (8,9%), mercato ad alta capacità di spesa in cui si stima un incremento dell'incidenza dei prodotti a maggiore valore unitario. Per contro, Nei grandi mercati tradizionali dell'Europa occidentale, come Italia (3,5%), Germania (3,2%) e Francia (2,6%), si stima una crescita più contenuta, coerente con una fase di maturità del consumo, in cui l'aumento del valore è attribuibile prevalentemente all'incremento del prezzo medio e alla maggiore incidenza delle categorie di qualità superiore.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA PER PAESE UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

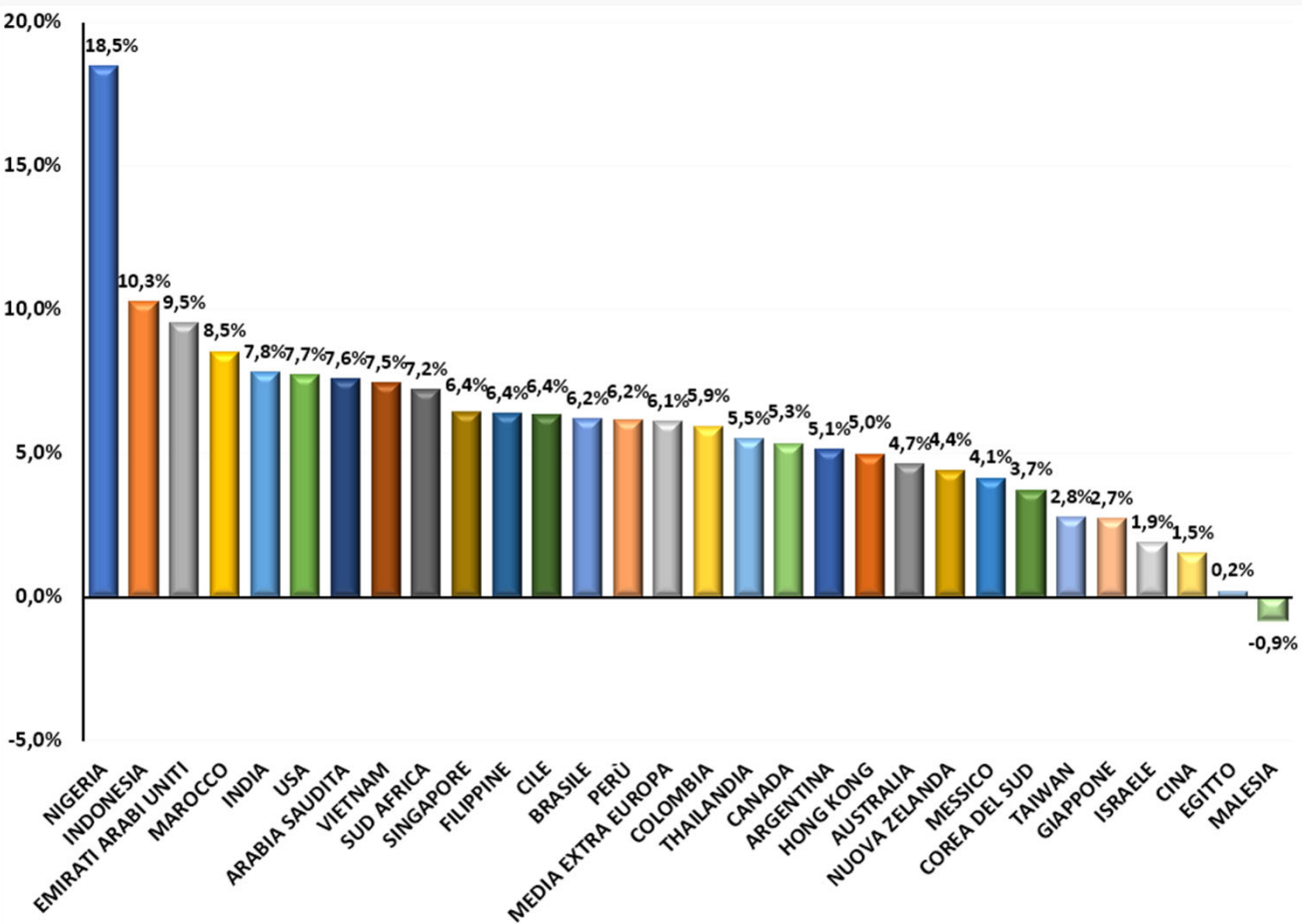


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dell'olio di oliva nei paesi extra-UE (2026/2030)

Per il periodo 2025-2030 si prevede che la dinamica del mercato dell'olio di oliva nei paesi extra-UE risulti complessivamente più decisa rispetto all'area europea, con una crescita media annua stimata al +6,1% secondo i modelli previsionali *Euromonitor International*. Tale andamento riflette l'espansione della classe media in numerosi paesi emergenti e la crescente associazione del prodotto a stili alimentari salutistici. I tassi più elevati sono attesi in Nigeria (18,5%) e Indonesia (10,3%), mercati in cui si stima una rapida diffusione dei prodotti importati nelle aree urbane e nella ristorazione moderna. Negli Emirati Arabi Uniti (9,5%), in Marocco (8,5%) e in India (7,8%) la crescita prevista è connessa sia al turismo internazionale sia alla presenza di consumatori ad alto reddito, mentre negli Stati Uniti (7,7%) si prevede un ulteriore rafforzamento della domanda di olio di oliva di maggiore qualità. Altresì in Arabia Saudita, Vietnam e Sud Africa mostrano dinamiche superiori al 7%, sostenute dall'evoluzione dei canali *retail* e dall'ampliamento dell'offerta di prodotti confezionati. Infine, nei mercati dell'America Latina (Cile, Brasile, Perù, Colombia) si stima una crescita tra il +6% e il +6,4%, legata all'integrazione dei modelli alimentari occidentali e alla diffusione di cucine internazionali. Canada (5,3%) e Australia (4,7%) confermano un profilo di espansione più moderato ma stabile, tipico di mercati già consolidati.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



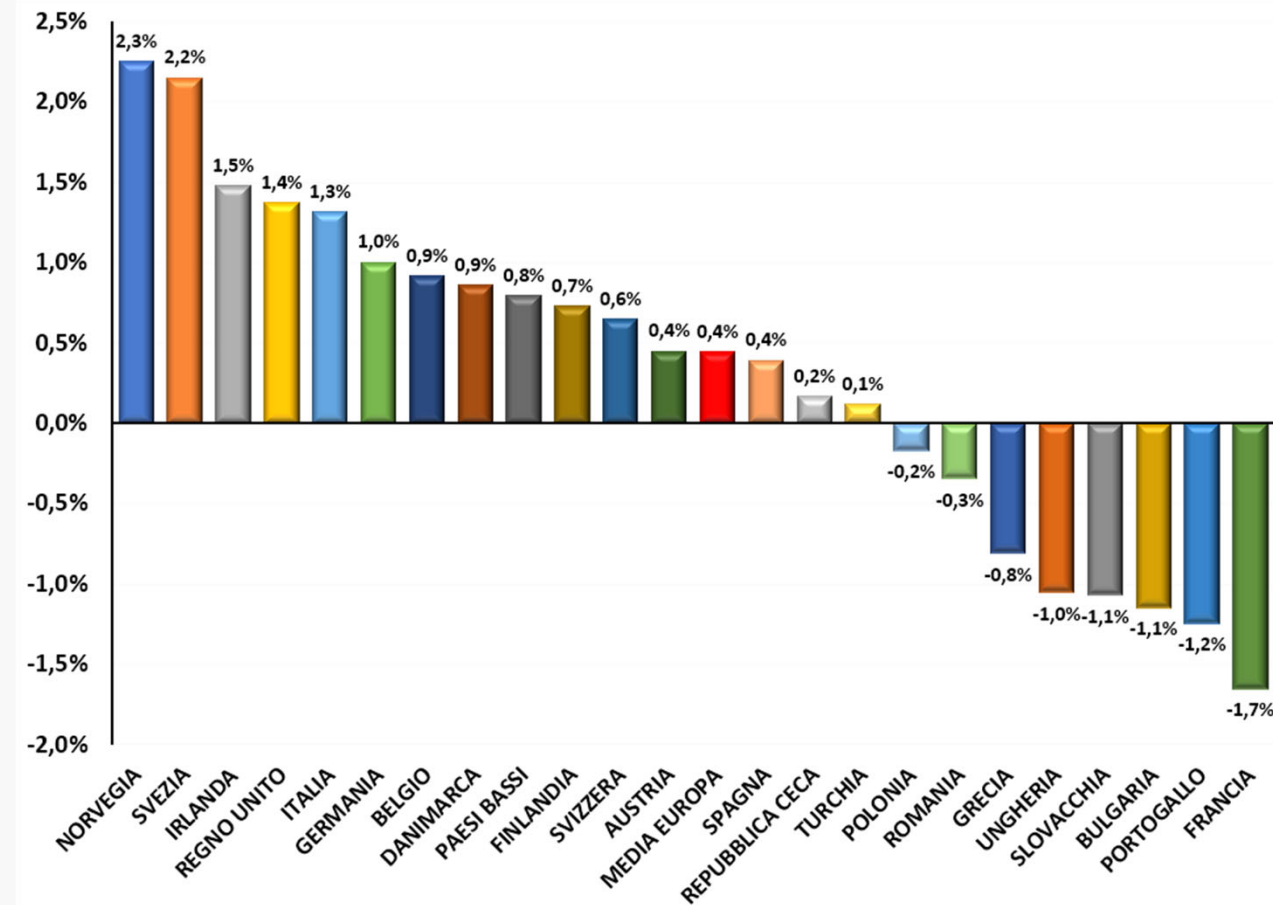
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della carne fresca nei paesi UE (2026/2030)



Nell'ambito dello scenario previsionale 2025-2030 elaborato sulla base dei modelli *Euromonitor International*, il mercato della carne fresca nei paesi europei dovrebbe mostrare una dinamica complessivamente debole, con una crescita media annua pari a circa +0,4%. Tale dinamica riflette una fase di sostanziale maturità della domanda e un contesto strutturale caratterizzato da declino demografico, transizione nutrizionale e crescente attenzione a diete a minore contenuto proteico animale. Le performance più favorevoli si dovrebbero osservare nei paesi del Nord Europa, con Norvegia, Svezia e Irlanda che registrerebbero tassi superiori all'1,5%, sostenuti da livelli di reddito elevati e da una domanda relativamente stabile di proteine animali. Anche Regno Unito e Italia si prevede una crescita sopra la media europea, mostrando una tenuta della spesa in un contesto di consumo consolidato. I principali mercati dell'Europa continentale, quali Germania, Spagna e soprattutto Francia, si stima evidenzino invece dinamiche modeste o negative, associate a una progressiva stabilizzazione dei consumi e a cambiamenti nelle abitudini alimentari. Nei paesi dell'Europa centro-orientale, come Ungheria, Slovacchia e Bulgaria, le flessioni risulterebbero più marcate, riflettendo una maggiore sensibilità della domanda alle condizioni reddituali.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE FRESCA PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

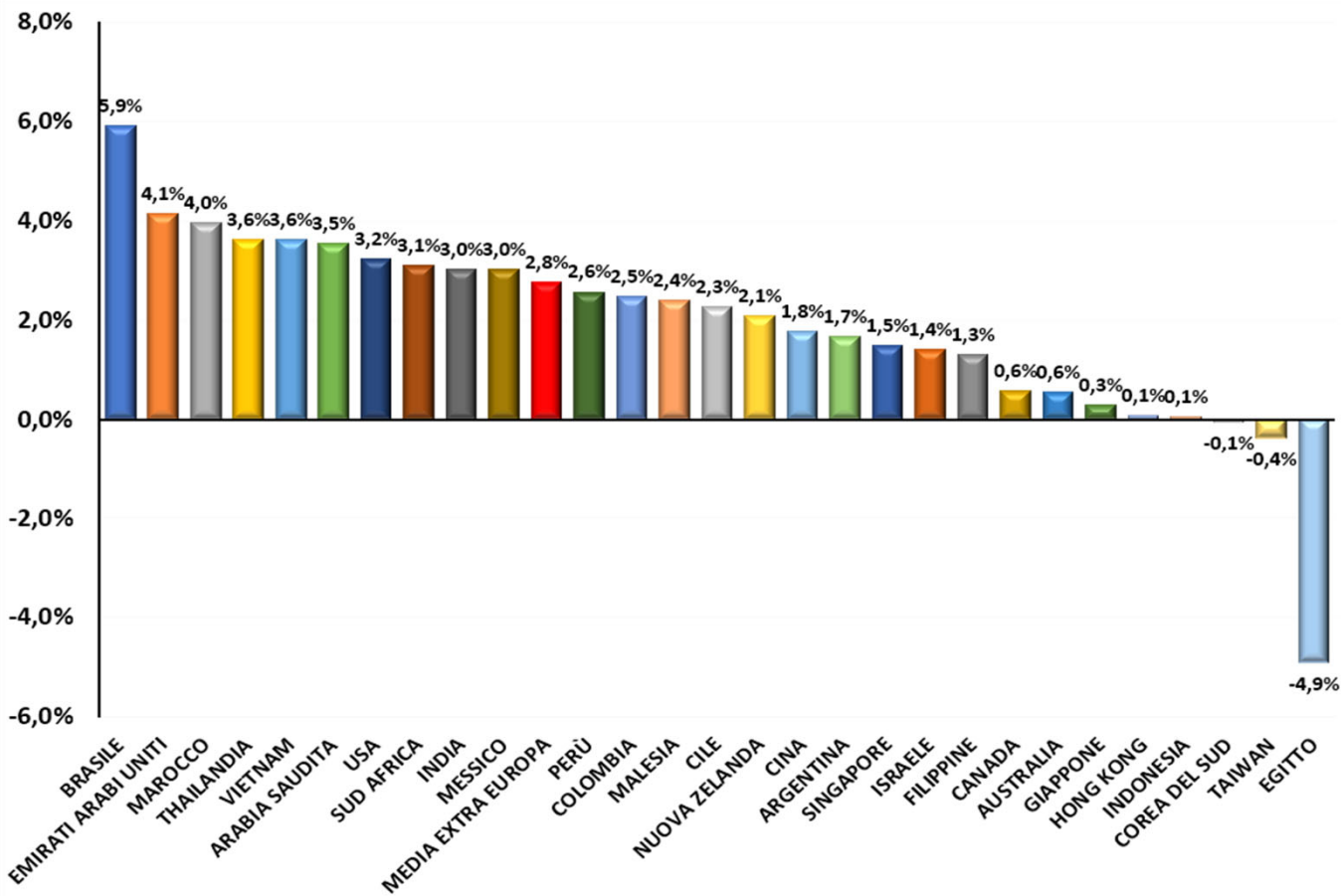


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della carne fresca nei paesi extra-UE (2026/2030)

Nei mercati extraeuropei la dinamica della carne fresca risulta decisamente più espansiva, con una stima di crescita annua media pari al +2,8% annuo. Tale evidenza empirica segnala come la crescita della domanda mondiale si stia progressivamente spostando verso economie emergenti e aree a più elevata dinamica demografica e reddituale. Il Brasile guida il ranking con un incremento prossimo al +6%, espressione della crescita della classe media urbana e della forte centralità culturale delle proteine animali. Analoga accelerazione si osserva negli Emirati Arabi Uniti e in Marocco, dove l'aumento del reddito pro-capite e la modernizzazione dei canali distributivi sostengono la spesa alimentare di qualità. Il Sud-Est asiatico, con Thailandia e Vietnam, mostra ritmi superiori al +3,5%, trainati da urbanizzazione, crescita del reddito disponibile e diffusione della GDO moderna. Anche Arabia Saudita, India e Messico evidenziano un'espansione robusta, associata a dinamiche demografiche favorevoli ed a una dieta sempre più vicina ai gusti occidentali. Infine, nei mercati maturi, come Stati Uniti, Canada, Australia e Giappone, la crescita è più contenuta o quasi nulla, segnalando saturazione e sostituzione verso alternative proteiche.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE FRESCA PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



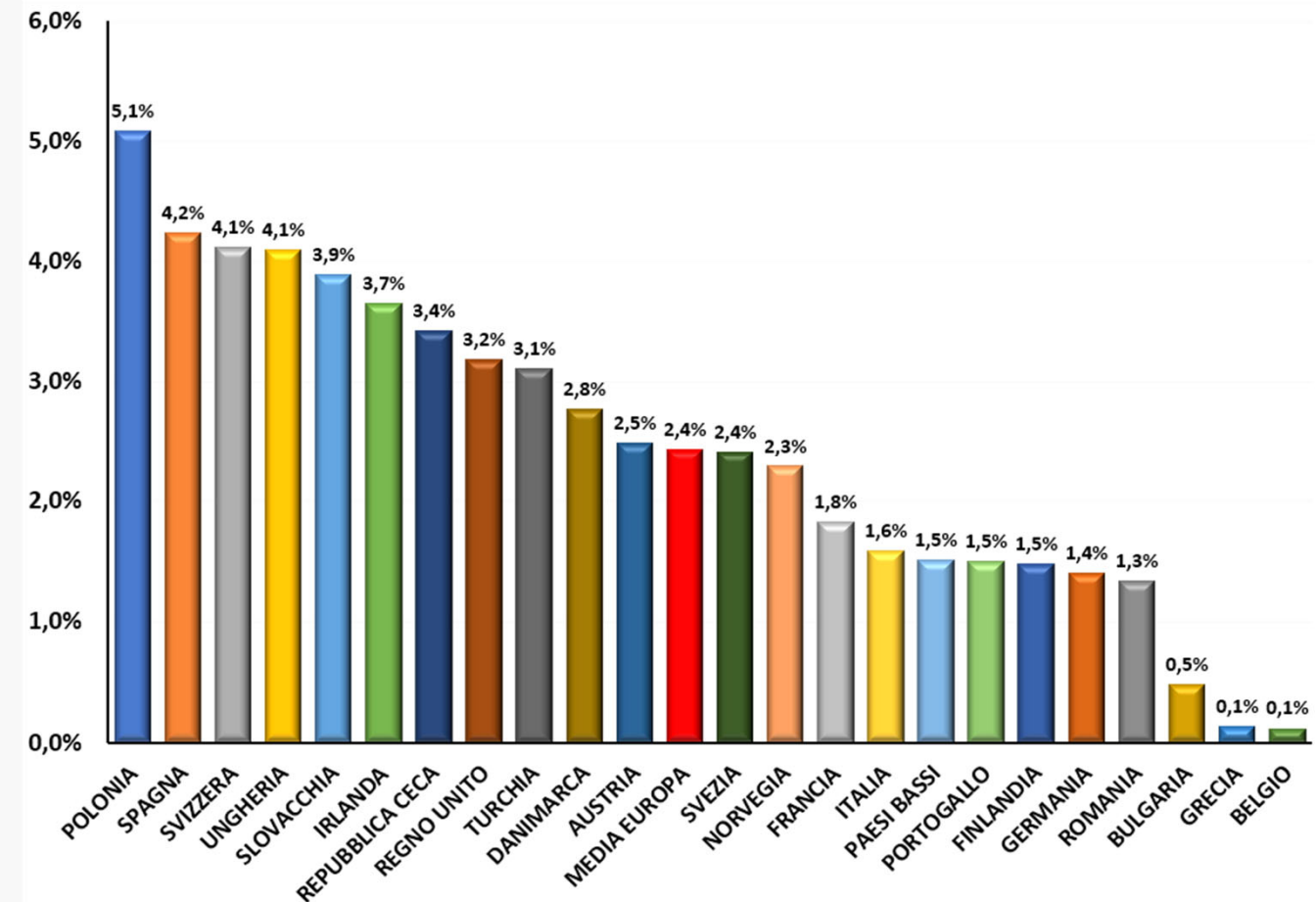
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della carne trasformata nei paesi UE (2026/2030)



Nell'ambito dello scenario previsionale (2025-2030) elaborato sui modelli *Euromonitor International*, il segmento della carne trasformata nei paesi europei dovrebbe mostrare una crescita media annua pari al +2,4%. Tale dinamica sembra confermare il ruolo crescente dei prodotti ad alto contenuto di servizio, praticità e più lunga conservazione presente nei modelli di consumo europei. Le dinamiche più sostenute si osserverebbero in Polonia, Spagna, Svizzera e Ungheria, con tassi superiori al +4%, indicativi di un rafforzamento della spesa nel comparto. Anche Slovacchia, Irlanda e Repubblica Ceca dovrebbero evidenziare incrementi significativi, mentre nei mercati maturi dell'Europa occidentale, come Germania, Francia e Italia, la crescita si stima positiva ma più contenuta. Complessivamente, il segmento trasformato beneficia di tendenze strutturali favorevoli: riduzione del tempo dedicato alla preparazione domestica, aumento delle famiglie unipersonali e richiesta di prodotti porzionati e a marchio.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE TRASFORMATA PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

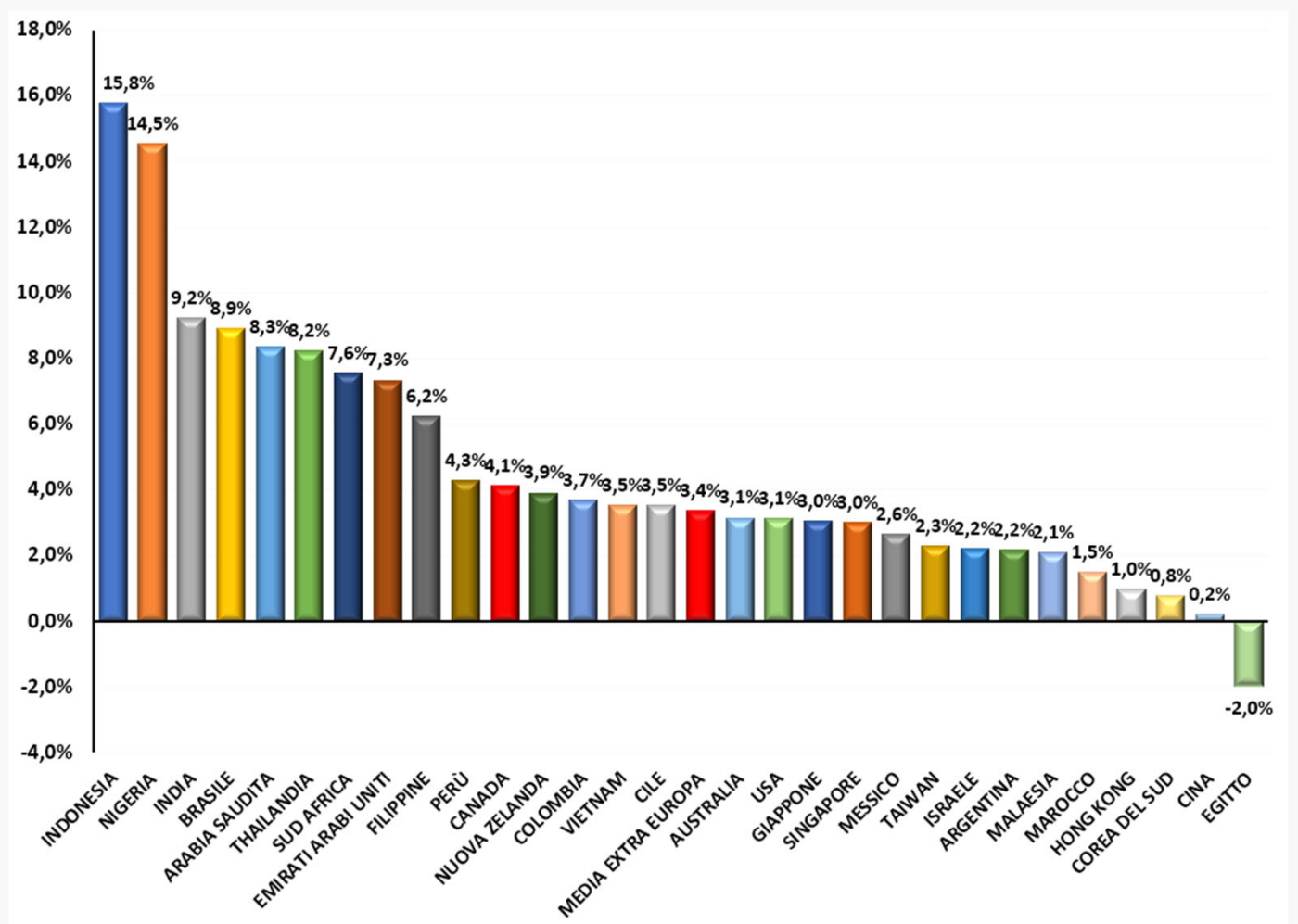


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato della carne trasformata nei paesi extra-UE (2026/2030)



Secondo i modelli previsionali (2025-2030) *Euromonitor International*, nei paesi extra-UE la carne trasformata rappresenta uno dei segmenti più dinamici dell'intero comparto agroalimentare. Nello specifico si stima una crescita media pari al +3,4% ma con punte eccezionali in Indonesia e Nigeria, dove si superano ampiamente tassi a doppia cifra. In queste economie la rapida urbanizzazione, la diffusione di formati *retail* moderni e il cambiamento degli stili di vita stanno determinando una forte espansione dei prodotti trasformati e pronti al consumo. Anche India, Brasile, Arabia Saudita e Thailandia evidenziano incrementi superiori all'8%, associati a crescita del reddito medio e progressiva influenza occidentale delle abitudini alimentari. I mercati maturi, come Stati Uniti, Giappone e Canada, mostrano dinamiche positive ma più moderate, legate all'innovazione di prodotto e al *premium positioning*. La contrazione dell'Egitto riflette invece difficoltà macroeconomiche. Il quadro complessivo segnala che il principale motore della crescita globale del comparto carni si colloca oggi nei paesi emergenti.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DELLA CARNE TRASFORMATATA PER PAESE EXTRA-UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

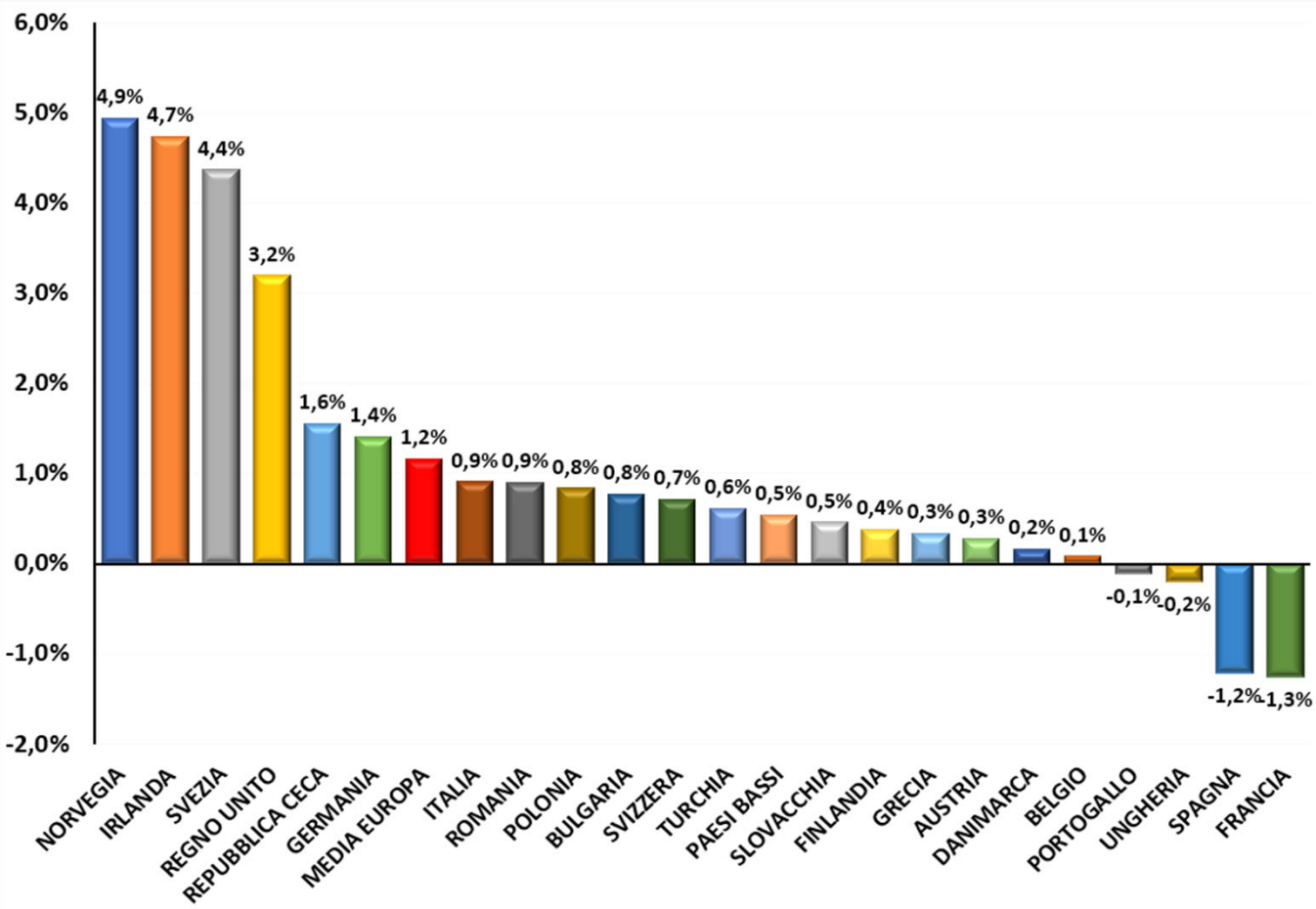


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei prodotti ittici freschi nei paesi UE (2026/2030)

Nello scenario previsionale (2025–2030), secondo i dati *Euromonitor International*, per il mercato dei prodotti ittici freschi nei paesi UE si stima una crescita dei valori di vendita pari al +1,2%, sostenuta dall’evoluzione delle preferenze alimentari verso fonti proteiche percepite come più salutari e leggere. I paesi che mostrano le dinamiche più favorevoli includono diverse economie dell’Europa settentrionale e occidentale, come Norvegia, Irlanda, Svezia, Regno Unito e Germania dove la domanda è trainata da una forte attenzione alla qualità nutrizionale, alla sostenibilità delle filiere e alla tracciabilità dell’origine. Anche alcuni mercati dell’Europa orientale, come Repubblica Ceca, Polonia e Romania, presentano tassi di crescita relativamente elevati, riflettendo un progressivo allineamento dei modelli di consumo ai pattern occidentali e un aumento del reddito disponibile. Nei paesi mediterranei, tradizionalmente forti consumatori di pesce, la dinamica appare più contenuta in termini di valori di vendita, ma sostenuta dalla valorizzazione delle produzioni locali e dall’ampliamento dell’offerta di prodotti di elevata qualità.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI FRESCHI PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

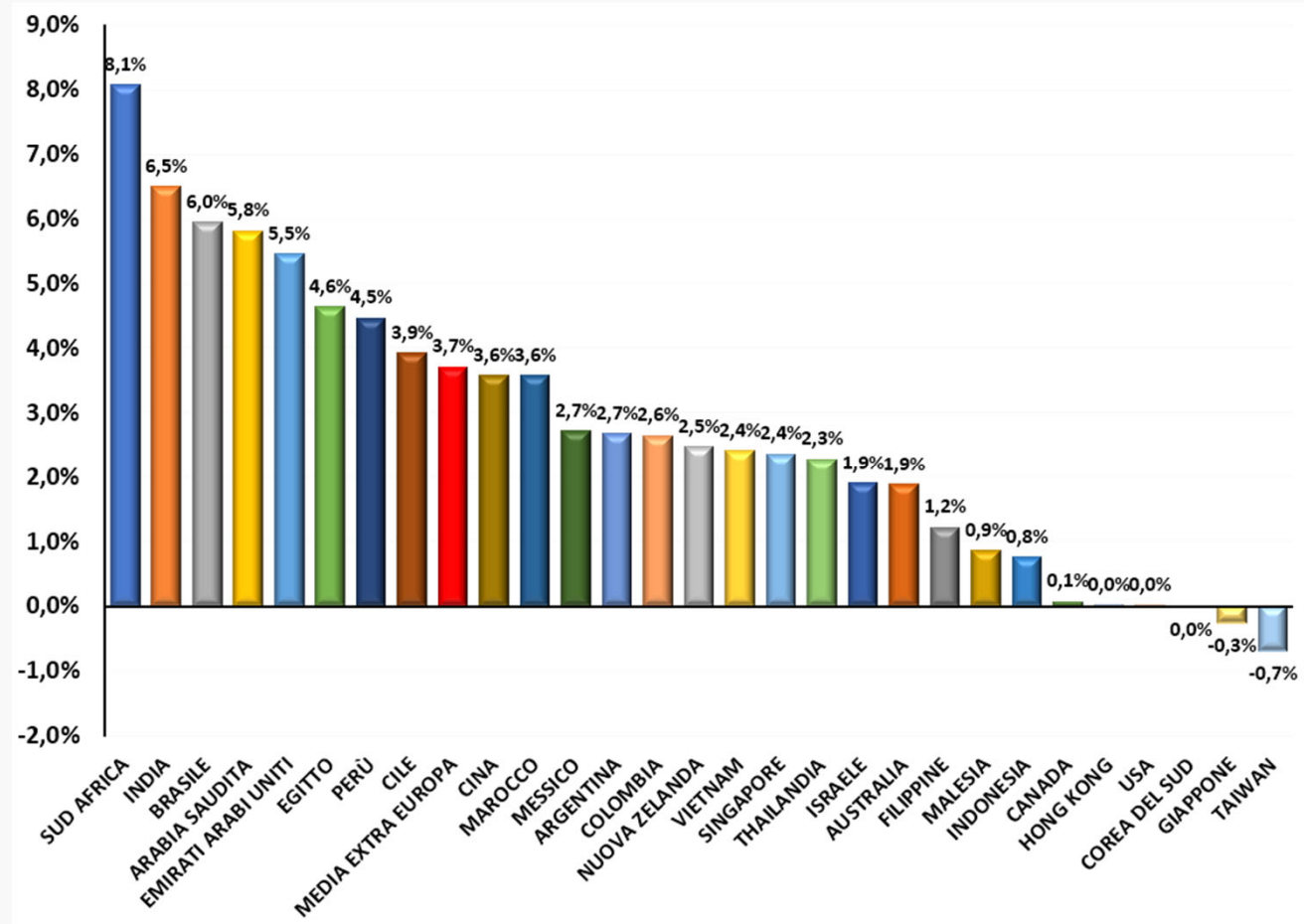


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei prodotti ittici freschi nei paesi extra-UE (2026/2030)

Nei paesi extra-UE per il mercato dei prodotti ittici freschi si prevede una crescita delle vendite in valore sostenuta, in linea con l'espansione demografica e la crescente domanda di proteine animali in Asia e in Africa. Per la media dei paesi Extra-UE si prevede un aumento dei valori di vendita di prodotti ittici freschi pari al +3,7% nel 2030 rispetto al 2025. Nello scenario previsionale (2025-2030), i principali contributi alla crescita provengono da Sud Africa e India dove l'aumento del reddito e l'urbanizzazione favoriscono una maggiore spesa per prodotti ittici, sia di produzione locale sia importati. Anche in Medio Oriente e in alcune economie africane costiere si osserva un rafforzamento della domanda, legato all'espansione della distribuzione moderna e al miglioramento delle catene del freddo. Nei mercati maturi, come Giappone e Corea del Sud, la crescita in valore è lievemente in flessione nonostante l'elevata propensione verso il consumo di prodotti ittici di qualità e specie pregiate. La dinamica complessiva è influenzata dall'incremento dei prezzi internazionali e dalla crescente domanda di prodotti sicuri e certificati, delineando uno scenario di espansione trainato sia da fattori demografici sia da un progressivo *upgrading* qualitativo della produzione.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI FRESCHI PER PAESE EXTRA UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)



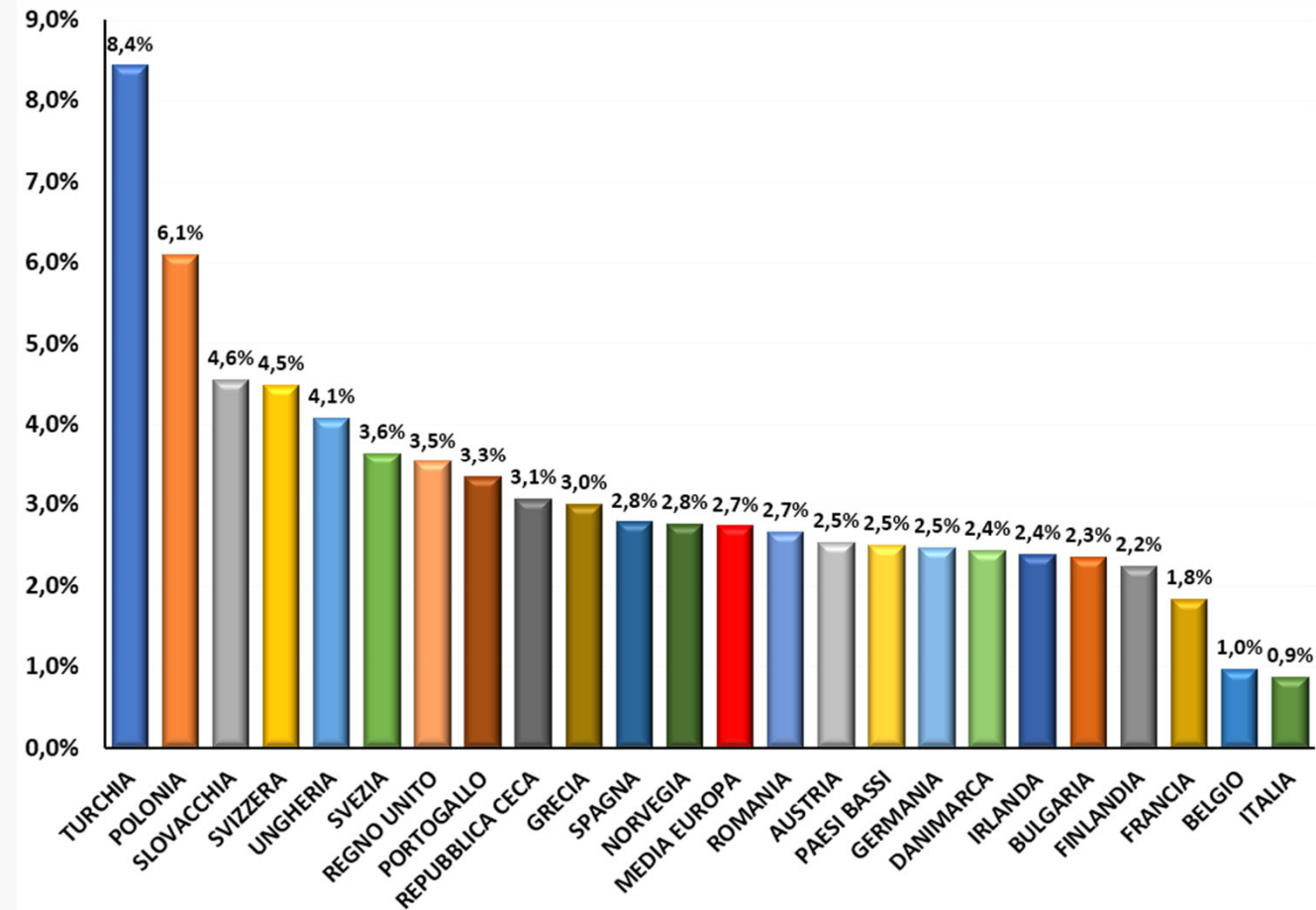
Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei prodotti ittici trasformati nei paesi UE (2026/2030)



Nello scenario previsionale (2025-2030) il mercato dei prodotti ittici trasformati nei paesi dell'Unione Europea mostra una dinamica dei valori di vendita più sostenuta rispetto al comparto fresco, riflettendo l'evoluzione strutturale delle abitudini di consumo verso prodotti a maggiore praticità e più lunga conservabilità. I paesi per i quali si stima una crescita più elevata dei valori di vendita dei prodotti ittici trasformati sono prevalentemente collocati nell'Europa centro-orientale e baltica, tra cui Turchia, Polonia, Slovacchia e Ungheria, dove l'aumento del reddito disponibile e la diffusione di modelli alimentari urbani favoriscono l'espansione delle conserve di pesce, dei surgelati e delle preparazioni pronte a base ittica. Per contro, nei paesi dell'Europa occidentale, come Germania, Francia e Paesi Bassi, si stima una crescita dei valori di vendita più moderata ma sostenuta da un incremento dell'offerta di referenze biologiche, certificate per la pesca sostenibile o con elevato contenuto di innovazione (es. piatti pronti refrigerati, snack proteici a base di pesce). Un contributo rilevante deriva inoltre dall'aumento dei prezzi medi, legato all'andamento delle quotazioni internazionali delle materie prime ittiche, ai costi energetici e alla trasformazione industriale.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI TRASFORMATI PER PAESE UE (2026/2030) - % -

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)

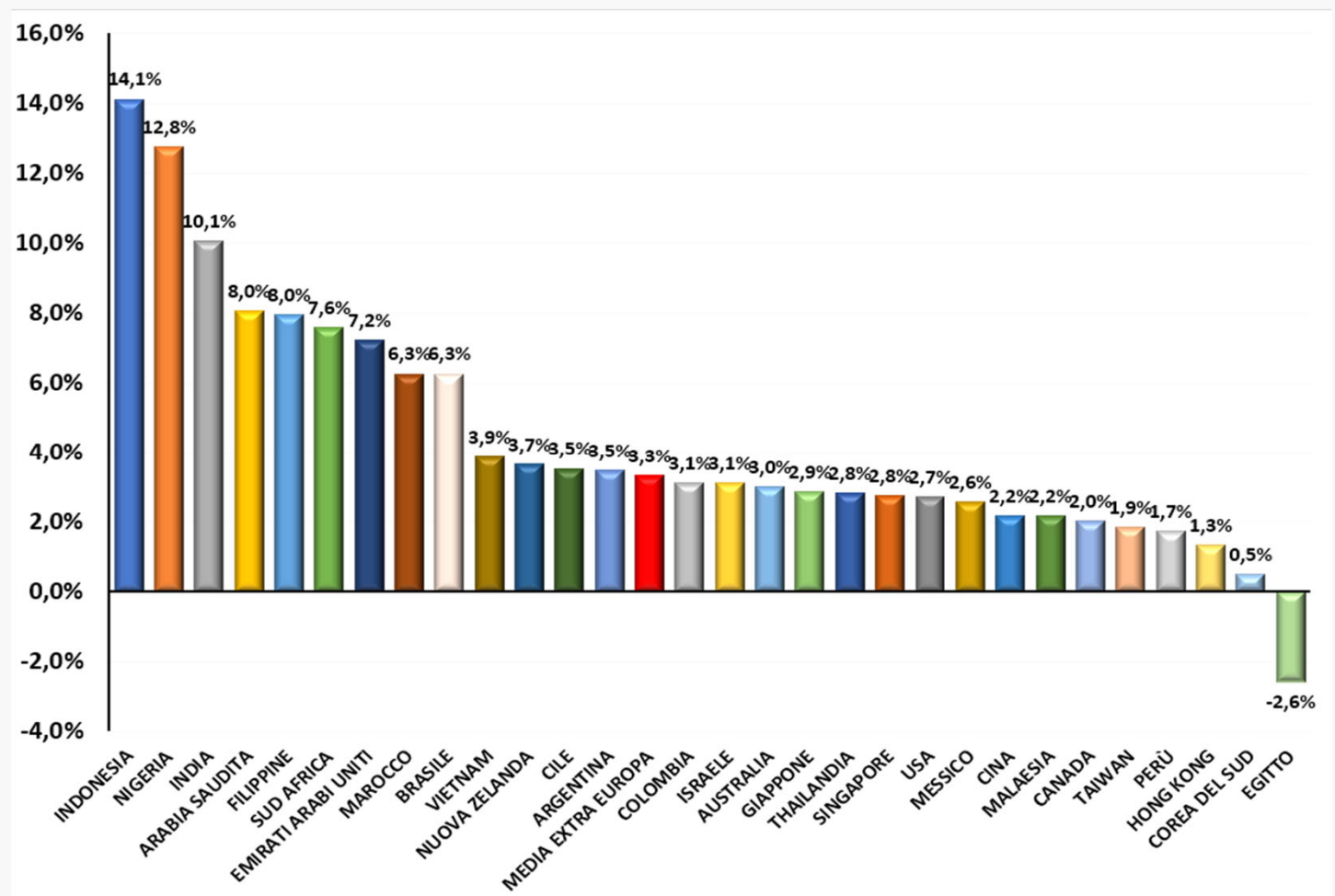


Scenari di mercato globale: la dinamica previsionale dei valori di vendita nel mercato dei prodotti ittici trasformati nei paesi extra-UE (2026/2030)



Nei paesi extra-UE lo scenario previsionale (2025-2030) di *Euromonitor International* per il comparto dei prodotti ittici, stima una crescita dei valori di vendita pari al +3,3%. Tale dinamica è sostenuta dall’espansione demografica, dall’urbanizzazione e dalla rapida diffusione di modelli di consumo moderni. I principali contributi alla crescita mondiale provengono da economie asiatiche quali Indonesia, India, Filippine e Cina, dove l’aumento del potere d’acquisto e l’ingresso di ampie fasce di popolazione nella classe media determinano una maggiore domanda di prodotti confezionati, sicuri e pronti al consumo. Anche in America Latina, con paesi come Messico e Brasile, si prevede un rafforzamento del segmento, legato all’evoluzione delle catene distributive e alla crescente presenza di operatori internazionali del *food processing*. Infine, nei mercati ad alto reddito extra-UE, tra cui Stati Uniti, Giappone e Corea del Sud, la dinamica in valore dovrebbe essere sostenuta dall’innovazione di prodotto e dall’attenzione ai richiami salutistici e nutrizionali, che aumentano il prezzo medio unitario delle vendite.

LA VARIAZIONE PERCENTUALE ANNUA MEDIA ATTESA DEI VALORI DI VENDITA DEL MERCATO DEI PRODOTTI ITTICI TRASFORMATI PER PAESE EXTRA-UE (2026/2030) - % -
(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International – estrazione 20/01/2026)





STUDI & RICERCHE è un prodotto di:

Fondosviluppo S.p.A.

Area Statistica Economica e Ricerche di Mercato

Responsabile: Pierpaolo Prandi - prandi.p@confcooperative.it

Hanno collaborato: Fabrizio Colantoni e Lorenzo Di Giulio

