



RASSEGNA STAMPA

Gennaio-marzo 2026

RASSEGNA STAMPA

PRIMO TRIMESTRE 2026



31 marzo 2026



GRUPPO FINI SPA

Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO)

Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena

www.nonsolobuono.it



COMUNICATI STAMPA REALIZZATI

1° trimestre 2026



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Il Gruppo FINI presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per unire qualità di prodotto, attenzione alle esigenze alimentari e coinvolgimento del consumatore. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso prevede premi settimanali e un'estrazione finale: in palio ogni settimana una gift card Decathlon da 100 euro e, al termine, un weekend benessere del valore di 1.000 euro. Per partecipare è sufficiente acquistare una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI e registrare lo scontrino sul sito dedicato. L'iniziativa sarà supportata da una comunicazione integrata nei punti vendita, con bollino on-pack e materiali a scaffale, rafforzando così il dialogo con il consumatore.

"IL GUSTO CHE TI PREMIA" CON GRUPPO FINI

Al via il nuovo concorso Senza Lattosio 2026 che rafforza il dialogo con il consumatore e il supporto al canale distributivo attraverso un'iniziativa capace di coniugare valore di marca, chiarezza e coinvolgimento.



Il Gruppo Fini presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con premi assegnati ogni settimana e una prestigiosa estrazione finale. Durante il periodo promozionale sarà possibile vincere settimanalmente una gift card Decathlon del valore di 100 euro, mentre al termine del concorso un fortunato partecipante si aggiudicherà un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

La partecipazione è semplice e immediata: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita. Il concorso è supportato da una comunicazione integrata e ben visibile sul punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA • Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO) • Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena • www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - press@borderlineagency.com
- M. +39.349.672546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Con "Il Gusto che ti Premia" il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per chi sceglie qualità e gusto senza rinunce. Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, acquistando una confezione sarà possibile vincere premi legati al tempo libero e al benessere: ogni settimana una gift card Decathlon da 100 euro e, con l'estrazione finale, un weekend benessere del valore di 1.000 euro. La partecipazione è semplice tramite registrazione dello scontrino sul sito dedicato. L'iniziativa sarà supportata da una comunicazione chiara e ben visibile nei punti vendita.

BUONO... E ANCHE PREMIATO

Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.



Con "Il Gusto che ti Premia" il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per scoprire subito se si ha vinto. Il concorso è facilmente riconoscibile anche

sul punto vendita grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una comunicazione dedicata con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: **Tortellini al prosciutto crudo**, **Ravioli ricotta e spinaci**, **Ravioli mozzarella e pomodoro**, **Girasoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA • Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO) • Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena • www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - press@borderlineagency.com
- M. +39.349.672546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Il Gruppo FINI lancia la prima linea integrale di pasta fresca ripiena, inaugurando un segmento altamente potenziale nel banco frigo. La nuova linea **FINI Le Ricette Integrali**, realizzata con sole farine integrali, intercetta la crescente domanda di prodotti integrali, percepiti come più naturali, equilibrati e sostenibili, già molto rilevante in categorie affini. La gamma, in formato da 250 grammi, comprende tre referenze: Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli al Pesto e Patate adatti ad una alimentazione vegetariana. I concept test condotti sui consumatori evidenziano un apprezzamento trasversale e la capacità di inserirsi nella routine alimentare quotidiana. Disponibile da marzo 2026, la linea rappresenta per la distribuzione un'opportunità di innovazione assortimentale e la creazione di valore a scaffale, aprendo ufficialmente il segmento integrale nella pasta fresca ripiena.

NUOVA FRONTIERA DEL FRESCO: CON FINI LA PASTA RIPIENA DIVENTA INTEGRALE

La nuova linea inaugura un segmento innovativo nel banco frigo, unendo gusto autentico, valore nutrizionale e una grande opportunità di crescita per la categoria.

Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, **nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato**, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. **La farina integrale** è percepita spesso come più naturale, perché **meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale**, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un **gusto più rustico ed autentico**, associata da Millennials e Gen Z anche a una **maggiore sostenibilità**. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente **l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena**.

Da questa intuizione nasce **la nuova linea FINI Le Ricette Integrali, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre**, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un **formato mainstream da 250 grammi**, pari a due porzioni, presentato in una **busta stand-up** dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini. La gamma si compone di **tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione**: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne** con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.



I concept test condotti sui consumatori confermano che **la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana**. Con disponibilità da **marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale**, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA • Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO) • Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena • www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. +39.349.6172546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Il Gruppo FINI presenta la nuova linea **FINI Le Ricette integrali**, che abbina innovazione alla tradizionale esperienza dell'azienda emiliana. La gamma, realizzata solo con farine integrali, fonte di fibre, punta a un sapore ricco e ad una texture corposa, pensata per chi ama il gusto rustico ed autentico del grano integrale. Tre le varianti disponibili: Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli Pesto e Patate, questi ultimi adatti anche a un'alimentazione vegetariana. Dai test sui consumatori emerge un riscontro molto positivo: la linea è percepita come un'alternativa più naturale ed autentica, facilmente inseribile nella routine alimentare quotidiana. Disponibile da marzo 2026, la nuova pasta fresca ripiena integrale FINI punta a conquistare il banco frigo, confermando l'evoluzione della tradizione gastronomica italiana verso proposte sempre più moderne e disponibili per tutti

TUTTO IL GUSTO DELLA TRADIZIONE, OGGI ANCORA PIÙ RICCO CON FINI LE RICETTE INTEGRALI

L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

L'integrale è ormai **una scelta quotidiana per molte persone**, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica.

Con **la nuova linea Le Ricette integrali** FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una **gamma fonte di fibre**, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire un **sapore ricco e una consistenza corposa**, perfetta per chi ama i **gusti rustici e genuini**.

La linea si presenta nel **pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo** e in linea con lo stile FINI. **Tre le referenze** pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, un grande classico della tradizione; i **Ravioli alla Carne** con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico, **adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana**.

Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un **entusiasmo trasversale**: **la pasta fresca ripiena integrale FINI** è stata percepita come **una proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni**. È ideale per chi cerca un'alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto.

Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA • Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO) • Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena • www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. +39.349.6172546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Le Conserve della Nonna lancia i nuovi Ragù Vegetali 100% naturali. Da aprile 2026 arrivano sugli scaffali i nuovi Ragù di Lenticchie e Ragù di Fagioli, nel formato da 300 g. Due proposte 100% vegetali, realizzate con legumi veri e interi, senza soia o proteine "travestite" da carne, con una lista ingredienti corta e senza aromi aggiunti. Pensati per chi cerca un apporto proteico vegetale poco processato, i nuovi ragù si distinguono per semplicità e genuinità, senza imitare il macinato ma valorizzando la materia prima.

SEMPLICITÀ E LEGUMI VERI POCO PROCESSATI: I NUOVI RAGÙ VEGETALI DI LE CONSERVE DELLA NONNA

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in casa.



I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: un **ragù di legumi**, dal gusto ricco e dalla **consistenza rustica**, che valorizza la materia prima senza artifici.



La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto

risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili da **aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono in **vaso di vetro da 300 g**.

Il Gruppo Fini SpA società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA - Sede sociale: Via Confine, 1583 - 41017 Ravarino (MO) - Amministrazione: Via Albareto, 211 - 41122 Modena - www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. +39.349.6172546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Le Conserve della Nonna amplia la gamma legumi con due novità che uniscono italianità, gusto e praticità. Da aprile 2025 arrivano le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, lenticchie italiane certificate, fonte di proteine, proposte nel vaso in vetro da 360g. Una referenza distintiva che valorizza l'origine e la qualità del prodotto, in un segmento in crescita. Novità anche sul fronte mix dove a marzo debutta il **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri**, ideale per insalate, poke e piatti freddi, accanto al rinnovato **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini**, perfetto per zuppe e preparazioni calde. Con ricette pulite, lista ingredienti corta e pack in vetro, Le Conserve della Nonna intercetta il trend plant-based e la crescente "legumania" degli Italiani, sempre più attenti a benessere e sostenibilità.

LEGUMANIA ITALIANA: LE CONSERVE DELLA NONNA RISPONDE CON TRE NOVITÀ DI TENDENZA

L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono **sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based**. **I legumi diventano così la fonte proteica alternativa n. 1: economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.



In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna** si arricchisce di **tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. **Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo

scenario si inserisce anche **la gamma mix di Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze**, disponibili da **aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi.

Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA • Sede sociale: Via Confine, 1583 • 41017 Ravarino (MO) • Amministrazione: Via Albareto, 211 • 41122 Modena • www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. +39.349.6172546 - m.barboni@borderlineagency.com



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Da aprile 2026 arrivano sugli scaffali le nuove confetture -50% zucchero di Le Conserve della Nonna, pensate per rispondere a un trend in forte crescita, la drastica riduzione del consumo di zucchero con crescita del segmento "light". La nuova linea contiene **il 50% di zucchero in meno rispetto alla media di mercato, zero edulcoranti, 70% di frutta italiana** e una lista ingredienti corta e pulita: solo frutta e poco zucchero. Disponibile nel formato 240g nei gusti **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca**.

PIÙ FRUTTA, MENO ZUCCHERO, 0 EDULCORANTI: LA RISPOSTA DI LE CONSERVE DELLA NONNA AL NUOVO TREND DI CONSUMO

Le nuove Confetture -50% di zuccheri, Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.

Si assiste a una **forte riduzione del consumo di zucchero**, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con **un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali** e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". **Un trend** che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e che oggi investe il mondo delle confetture.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, **presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. **Meno zucchero, più sostanza** per questa nuova proposta che garantisce **il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti**. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo **frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.



In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream**, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico formato da 240g a partire da **aprile 2026**.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Gruppo Fini SpA - Sede sociale: Via Confine, 1583 - 41017 Ravarino (MO) - Amministrazione: Via Albareto, 211 - 41122 Modena - www.nonsolobuono.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R.

- T. +39.051.4450204 - T. +39.051.6233715 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. +39.349.6172546 - m.barboni@borderlineagency.com



USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Gennaio 2026

04/02/2026
Pag. 126 N.1 - gennaio 2026



CONDIMENTI > SUGHI PRONTI

MUTTI

Mutti rinnova i sughi pronti: qualità, innovazione e identità di marca

Il mercato dei sughi è in forte crescita secondo Mutti ed è stato una delle priorità di investimento dell'azienda nell'ultimo quarter 2025. "Abbiamo lanciato una campagna di comunicazione multicanale che ha coinvolto tv, Connected Tv, Ooh nelle metropolitane e aeroporti milanesi, video-strategy sui social media Meta e Tik Tok - spiega **Rafael Narvaez, Chief marketing officer Mutti** - con amplificazione da parte di influencer appartenenti al mondo food e lifestyle e attivazioni on-field durante il Festival dello Spettacolo organizzato da TV Sorrisi & Canzoni a Milano dove sono state effettuate più di 6.000 degustazioni. Inoltre abbiamo tenuto presso il nostro headquarter a Parma un evento dedicato a un numero selezionato di giornalisti e testimonials provenienti da tutto il mondo per presentare il restyling del packaging sughi".



Rafael Narvaez, Chief marketing officer Mutti

I sughi Mutti rappresentano un connubio ideale tra il miglior pomodoro 100% italiano e ingredienti selezionati da territori d'eccellenza: basilico genovese Dop, peperoncino calabrese, cipolla rossa di Tropea Calabria Igp, olio extravergine monocoltivar Ogliarola. "Si tratta di un'offerta in linea con i trend che vedono i consumatori sempre più attenti all'origine delle materie prime e orientati verso

prodotti in grado di coniugare gusto e benessere, rispondendo al bisogno di praticità senza compromessi sulla qualità degli ingredienti, un impegno che caratterizza Mutti da sempre - aggiunge Narvaez -. Nei sughi, questo si traduce in ricette semplici e genuine: niente zuccheri aggiunti, conservanti o additivi, ma solo il necessario per esaltare il gusto unico del pomodoro". Un'altra novità nei sughi pronti è Lion Jar, un innovativo vaso in vetro che combina il design distintivo del brand, con i leoni a rilievo, e sostenibilità ambientale. Ottimizzando il processo produttivo, è stato possibile ridurre la quantità di vetro utilizzata, diminuendo così le emissioni di CO₂ lungo l'intero ciclo di vita del prodotto. Nel solo 2025, l'adozione del nuovo Lion Jar ha evitato oltre 550 tonnellate di emissioni di CO₂, equivalenti alla capacità di assorbimento annuale di circa 22.000 alberi.

TOP PLAYERS	Formec Biffi	Gruppo Fini	La Doria	Le Bontà
Fatturato azienda (€)	156 mln (2024)	100 mln (2024)	1.300 mln (2024)	30 mln (2025)
Marchi	Biffi, Biffi Professional	FINI, Le Conserve della Nonna	Bella Parma, Althea	I Toscanacci, Accademia Toscana, Nuova Terra, F.lli Chiaverini
Canali	Gdo 65%, Horeca 45%	Gdo 65%, Normal trade 10%, Export 25%	Gdo	Gdo 95%, Online 5%
Top SKU	 Sugo fresco pomodoro e basilico	 Sugo di pomodoro Condoro	 Sugo alla Bolognese	 Ragù di cinghiale

GRUPPO FINI

Le Conserve della Nonna: nuove ispirazioni in cucina

I sughi Uht Le Conserve della Nonna continuano a registrare performance positive, sia a valore che a volume, confermando una solida fedeltà da parte dei consumatori. Le rotazioni in crescita dei sughi principali attestano infatti un apprezzamento costante, alimentato dalla qualità riconosciuta del brand da parte dei consumatori e dalla capacità di mantenere un rapporto diretto con il territorio.

La forza dell'azienda risiede nella selezione rigorosa delle materie prime: per i sughi utilizza esclusivamente pomodoro dell'Emilia-Romagna, coltivato nelle

vicinanze dello stabilimento di Ravarino. Un modello produttivo che ricalca i metodi casalinghi e garantisce un risultato genuino e autentico, "come fatto in casa". "Oggi il consumatore di sughi pronti è alla ricerca di prodotti alternativi per variare il menù settimanale e chiede sempre di più nuove proposte che si discostino dalle classiche a base di pomodoro - dichiara **Lorenza Baretto, brand manager "Le Conserve della Nonna" Gruppo Fini** -. In quest'ottica abbiamo ampliato lo scorso anno la gamma di ragù, proponendo ricette vegetali e di pesce, accanto ai classici di sempre: tutte referenze che

stanno ruotando molto bene". Nel secondo semestre del 2025 è arrivato anche una nuova linea di pesti e condimenti per la pasta sviluppata con ingredienti selezionati e percentuali di materia prima superiori alla media del mercato. Le sei ricette - radicchio e speck, cacio e pepe, funghi, verdure, peperoni e mandorle, broccoli e cime di rapa - offrono profili di gusto capaci di ispirare non solo i primi piatti, ma anche secondi di carne o pesce e creative bruschette. Prodotti versatili, pensati per chi desidera portare in tavola sapori nuovi senza rinunciare alla semplicità d'uso.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



CONDIMENTI > SUGHI PRONTI

NOVA

Il plant based segna la nuova traiettoria dei sughi pronti

Analizzando i trend che stanno plasmando il mercato dei sughi pronti, secondo Nova emergono tre direttrici. La prima è la naturalità, che porta il consumatore a preferire etichette semplici, riconoscibili e prive di conservanti o acidificanti. La seconda è il plant based, con richieste crescenti di ricette vegetali, leggere e versatili. La terza è la praticità: prodotti pronti all'uso pensati non solo per la pasta, ma anche per pizza, panini e antipasti. A questo si aggiunge un'attenzione maggiore verso proposte senza olio o a ridotto contenuto di grassi, percepite come più genuine e meglio allineate a stili di vita attenti al benessere. Nel corso dell'ultimo anno, l'azienda ha concentrato le attività su progetti che rispondono direttamente a questi trend. Tra le iniziative principali rientra il lancio del condimento melanzane e zucchine, ideato per ampliare e qualificare l'offerta vegetale a scaffale. Parallelamente, ha



Ilaria Scapin, direzione Nova

completato il potenziamento dell'area produttiva con un nuovo impianto dedicato alle creme vegetali. L'intera gamma è stata inoltre allineata in termini di comunicazione e posizionamento, con focus sui claim plant based, senza conservanti e senza derivati dal latte, per migliorare la leggibilità a scaffale. Quanto ai dati di bilancio, il 2025 si chiude con una crescita moderata ma solida nel mondo dei condimenti vegetali. "Mentre i sughi

tradizionali mostrano un andamento più lento, frenati dall'inflazione e da consumi più prudenti - sottolinea **Ilaria Scapin, direzione Nova** - le proposte plant based vivono invece una fase di espansione. I consumatori cercano leggerezza, etichette essenziali e ricette versatili: un mix che sta spingendo l'intero comparto verso un'evoluzione strutturale. Le nuove referenze melanzane e zucchine rappresentano un esempio concreto di questa trasformazione. Dopo il successo nel canale professionale - aggiunge Scapin - hanno trovato rapidamente spazio negli assortimenti retail". Guardando al futuro, il 2026 vedrà un ulteriore ampliamento del portfolio vegetale, e un rafforzamento del supporto commerciale verso la grande distribuzione, anche attraverso progettualità dedicate al mondo della Mdd, un segmento di mercato che l'azienda presidia da anni.

NOVITÀ DI PRODOTTO



Gruppo Fini
Radicchio e Speck
Le Conserve della Nonna



Le Bontà
Sugo ai 4 formaggi



Nova
Pasta & Bruschetta
Melanzane



Rodolfi Mansueto
Pomodoro e Parmigiano
Reggiano

Selling proposition	Sugo ricco e cremoso, con radicchio italiano e speck	Pratica e golosa salsa ai 4 formaggi, senza conservanti in vaso Uht, fuori dal banco frigo	Salsa vegetale cremosa, ricca, con note di melanzana grigliata	Sugo ricco e cremoso per condire la pasta o arricchire le lasagne
Posizionamento	Mainstream	Premium	Premium	Mainstream
In commercio da	Ottobre 2025	Febbraio 2025	Metà 2025	Ottobre 2025
Formato	190 g	Vaso 180 g	190 g	135 g x 2



**TESTATE
ONLINE**

Gennaio 2026

Home | Alimentazione | Mangiare sano | [Ragù pronto alla bolognese, i migliori 4](#)

Ragù pronto alla bolognese, i migliori 4

Quello "alla bolognese" ha una ricetta precisa. Noi abbiamo testato 12 prodotti in barattolo e qui ti spieghiamo come scegliere i migliori, preparati con gli ingredienti giusti e dal sapore ricco ed equilibrato

12 Gennaio 2026



di **Giorgio Sassi**

Ogni supermercato propone **ragù pronti** in mille versioni diverse: "classici", "di carne", "alla napoletana", "con salsiccia", "di cinghiale", "di anatra" ... Alcuni sono eccellenti, ma non confondiamoli con il "ragù alla bolognese"! Non è soltanto un condimento: è un patrimonio gastronomico, simbolo di una città e di un'intera tradizione culinaria. Tanto che l'Accademia Italiana della Cucina nel 1982 ne depositò la ricetta ufficiale alla Camera di Commercio di Bologna, aggiornandola poi nel 2023 con una versione più moderna.

Oltre alla bontà e alla convenienza, proprio la vicinanza alla ricetta ufficiale è stato uno dei criteri con i quali abbiamo scelto 4 ragù pronti per noi particolarmente interessanti, tra i 12 prodotti che abbiamo assaggiato.

Ragù, una buona fonte di proteine

«Dal punto di vista nutrizionale», osserva la specialista in scienza dell'alimentazione **Diana Scatozza**, «il ragù alla bolognese è un piatto con una buona densità proteica: nelle versioni migliori la **carne** può superare il 30% della composizione, fornendo proteine di ottima qualità e ferro ad alta biodisponibilità.

Quello che ci vuole per realizzare un piatto unico completo e bilanciato, nel matrimonio con gli amidi degli spaghetti e delle tagliatelle. Le verdure del soffritto (cipolla, carota, sedano) non esercitano un peso sensibile sul profilo nutrizionale, mentre il pomodoro, in passata e concentrato, è una fonte importante di licopene, un carotenolide benefico per la salute». Il contenuto lipidico varia molto, pur non raggiungendo mai livelli troppo elevati.

«Più che alla quantità ho guardato alla qualità dei grassi utilizzati, dando la **preferenza all'utilizzo dell'olio extravergine d'oliva**, che ha una composizione migliore degli oli di semi e imprime anche una piacevole nota di gusto», prosegue l'esperta. Infine, attenzione al sale: non deve superare i 2 g per 100 g di prodotto. Nei quattro ragù scelti i livelli sono moderati, rendendoli adatti a un consumo frequente.

Ingredienti dei ragù pronti: fedeltà alla tradizione

«La ricetta ufficiale», ricorda il tecnologo alimentare **Giorgio Donegani**, «prevede che il ragù alla bolognese sia fatto con carne bovina macinata grossa, pancetta fresca, soffritto di cipolla, carota e sedano, pomodoro (passata e concentrato), vino, latte (opzionale) e brodo. Non ammette varianti come pancetta affumicata, spezie o farine addensanti. Per questo ho valutato attentamente la lista ingredienti e i quattro ragù pronti selezionati rispettano questi principi: **una quota di carne elevata e di qualità soddisfacente** (soprattutto bovino adulto nei prodotti premium, misto bovino suino negli altri). Un soffritto con cipolla, carota e sedano, senza aromi artificiali o insaporitori come l'estratto di lievito. Per quanto riguarda l'olio, due dei prodotti scelti impiegano l'extravergine di oliva, mentre due si affidano all'olio di semi di girasole, arrivando comunque a una buona qualità».

In alcuni ragù testati, tra gli ingredienti compaiono acqua e amidi modificati. Questi ultimi vengono aggiunti per garantire una consistenza densa, ma rischiano di renderla un po' innaturale. Compaiono in uno solo dei prodotti scelti, in considerazione del buon equilibrio che comunque si riscontra e del prezzo conveniente. **Penalizzati, invece, i ragù con l'aggiunta di zucchero in quantità rilevante** perché alterano la naturalità e non appartengono alla tradizione.

La prova del nove: l'assaggio

«Nato per vestire degnamente la tagliatella, come recita la ricetta depositata presso la Camera di Commercio di Bologna, un buon ragù alla bolognese si riconosce all'assaggio», afferma Donegani.

«Deve avere un **colore arancionebruno**, non troppo rosso (segno eccesso di pomodoro), né pallido (poca carne). Il profumo dev'essere equilibrato tra carne e verdure, con note di cipolla e carota e senza l'acidità pungente del pomodoro. La consistenza avvolgente, con pezzi di carne percepibili. Il sapore, poi, deve restituire la complessità dell'insieme, con la carne in primo piano, il pomodoro come supporto, le verdure a dare dolcezza e un fondo delicatamente sapido. Anche la persistenza è stata valutata: un buon ragù lascia una sensazione piena e rotonda, non salata o acidula».

I 4 prodotti selezionati, assaggiati a crudo e come condimento sulle tagliatelle, rispondono a questi criteri. Alcuni ricordano il **gusto casalingo**, altri si distinguono per equilibrio e naturalezza. Nei campioni esclusi, invece, emergeva un eccesso di acidità o dolcezza, un colore troppo acceso o una consistenza innaturale, acquosa o troppo densa, a causa di amidi e addensanti.

Il prezzo: un parametro importante

Il costo dei ragù alla bolognese varia da circa 6 € al kg per i prodotti più economici a marchio della GDO fino a più di 20 € per quelli premium. «Non c'è dubbio che gli ingredienti per fare un buon ragù siano costosi e il loro prezzo incida sul prodotto finale e sulla sua qualità», osserva Donegani.

«Per questo motivo, tre dei ragù selezionati si posizionano su una fascia di prezzo alta. È stato sorprendente, però, scoprire all'assaggio che ad avvicinarsi maggiormente alla qualità dei primi tre sia stato il ragù più economico. Premiato proprio per l'**ottimo rapporto qualità/prezzo**».



RAGÙ PRONTI ALLA BOLOGNESE: I MIGLIORI 4



← LE CONSERVE DELLA NONNA →

Venduto in vasetto di vetro richiudibile, questo ragù si presenta di colore giustamente scuro e omogeneo. All'assaggio mostra un profumo piacevole e intenso, un gusto rotondo e molto equilibrato tra dolcezza e sapidità, senza eccessi acidi. La scelta del pomodoro semi concentrato (53%) rende la consistenza piacevole e il 27% di carne (17% bovino, 10% suino) risulta ben distribuito e percepibile in bocca.

In deroga alla tradizione più rigida, troviamo la presenza (non invasiva) di aglio e pepe, così come in luogo dell'olio evo viene usato quello di girasole.

In 100 g di ragù: 9,3 g di grassi - 2,7 g di carboidrati - 5,8 g di proteine, 129 kcal.

2,79 € la confezione da 190 g (14,69 € al kg)



USCITE
TV - TV ONLINE
Febbraio 2026



CHI FINO A DOMENICA LA VERSIONE TEATRALE DI "ORLANDO" ROMANZO DEL 1928 DI VIRGINIA WOOLF - SPE



IL ISTITUTO COMPRENSIVO DANNO VITA AL PROGETTO P.E.R.A. PER GLI STUDENTI DELLA SCUOLA TINA ANSELM



PROGETTO P.E.R.A. PER GLI STUDENTI DELLA SCUOLA TINA ANSELMI - SOLIDARIETÀ, AL VIA DOMANI NEI F



Federica Ansaloni
DIRIGENTE SCOLASTICA ISTITUTO COMPRENSIVO IC2 RAVARINO
- IL TELEGIORNALE DI TRC, TUTTI I GIORNI ALLE 14.00, 15.00, 19.30, 21.00 E MF77ANOTTE; TRC SPORT, TUTTI



MILIA, PRESENTATO DAI LEGALI DI FERONIA IL RICORSO CONTRO IL SEQUESTRO DELLA DISCARICA, I COMITAT



Maurizia Rebecchi
SINDACA DI RAVARINO
T ALLE 10; AFFARI QUOTIDIANI, DA LUNEDÌ A SABATO ALLE 19; TRC MODENA IN STREAMING SU www.trcmodena.it



CHIEDERE LA RIAPERTURA DEL CASO A OLTRE 30 ANNI DALL'ULTIMO OMICIDIO - FINALE EMILIA, PRESENTAT



Veronica Iannarella
DIRETTORE MARKETING GRUPPO FINI
- CRONACA, LA GUARDIA DI FINANZA CONFISCA UN PATRIMONIO DA 36 MILIONI E MEZZO DI EURO A PATRIZIA



USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Febbraio 2026



12/02/2026
Pag. 1
TOP 500 MODENA

il Resto del Carlino

QV **Quotidiano Nazionale**

TOP 500 MODENA

**Sintesi dei bilanci
delle principali
aziende di Modena**

**2°
EDIZIONE**

pwc

SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI **il Resto del Carlino** IN COLLABORAZIONE CON **Speed**



Crediti: Stabilimento produzione Gruppo Fini Spa - Ravarino (MO)

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



12/02/2026
Pag. 16
TOP 500 MODENA

il Resto del Carlino

22

GIOVEDÌ - 12 FEBBRAIO 2026 - IL RESTO DEL CARLINO



TOP 500

Legenda: C = Bilancio consolidato I = Bilancio individuale

IDENTIFICATIVI dell'AZIENDA		BILANCIO	DIMENSIONE						RECLUTAMENTO		RECLUTAMENTO		
Posizione	IMPRESA / GRUPPO		Ricavi		Totale Attivo		Patrimonio Netto		Dipendenti		Utile/perdita d'esercizio		
2024	2023		2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	
<i>(dati in migliaia di euro)</i>													
116	110	AUTOGEOPY SOCIETA' PER AZIONI	I	72.568	76.759	34.835	35.194	10.289	10.140	43	39	294	777
117	114	ANGELO PO GRANDI CUCINE - S.P.A.	I	72.230	75.086	73.860	75.437	44.800	45.176	232	253	3.523	4.336
118	130	GULLIVER - SOCIETA' COOP. SOCIALE	C	71.858	66.109	41.386	39.492	10.581	9.198	2.198	2.127	1.343	396
119	138	ELETTROMECCANICA TIRONI - S.R.L.	I	71.141	63.409	75.839	64.262	12.033	10.867	145	132	1.207	842
120	139	ALBALAT SOC. COOPERATIVA AGRICOLA	I	70.509	63.458	190.599	177.839	59.894	56.573	119	115	3.399	915
121	127	MILLEFIU S.P.A.	I	69.910	67.634	52.219	61.715	28.334	40.172	109	108	8.581	8.099
122	146	ESAN ITALIA MINERALS S.R.L.	I	69.624	61.730	33.886	34.715	11.548	8.886	5	6	2.861	-1.431
123	166	AUTO GRIFONE S.R.L.	I	68.588	54.396	18.460	13.960	4.034	4.074	64	56	256	1.143
124	121	CERAMICHE CCV CASTELVETRO S.P.A.	I	68.524	71.343	103.243	102.626	54.550	54.537	190	205	7.281	4.361
125	92	BIOPRO SOCIETA' A R.L.	I	68.171	92.514	39.793	45.530	7.932	8.743	11	11	421	350
126	126	HAEMOTRONIC S.P.A.	I	68.024	68.171	131.534	108.571	98.745	89.381	393	415	29.365	7.834
127	116	BIMBO QSR ITALIA S.R.L.	I	67.917	73.796	54.244	56.349	19.008	16.128	178	185	-922	-1.282
128	117	GB HOLDING S.P.A.	C	67.750	79.837	112.754	119.201	57.740	56.019	247	282	1.721	4.433
129	124	SAVOIA ITALIA S.P.A.	I	67.651	68.613	71.167	68.664	14.369	13.864	174	190	2.543	3.653
130	128	CASA MONTORSI S.R.L.	I	67.250	67.207	50.776	55.028	16.765	16.955	65	62	-167	313
131	148	GRUPPO FINI S.P.A.	I	66.897	61.236	67.932	71.278	24.070	22.213	146	145	1.856	1.715
132	162	BIOFER S.P.A.	I	66.509	55.135	58.820	49.922	15.570	11.946	112	97	7.894	5.224
133	135	COMAL - S.R.L.	I	65.433	64.823	41.669	42.978	9.644	9.571	43	48	73	160
134	172	AUTOCARROZZERIA IMPERIALE S.R.L.	I	65.070	52.074	49.279	40.890	37.964	27.408	332	312	13.266	10.083
135	143	MONTANARI GIULIO & C- SOCIETA' A R.L.	I	64.470	62.903	104.009	94.558	76.424	72.130	199	189	7.294	6.081
136	164	CERAMICHE SERRA S.P.A.	I	64.209	54.502	109.517	103.382	44.761	31.424	95	92	5.199	5.287
137	181	CONSORZIO STABILE MODENESE SOCIETA' CONSORTILE PER AZIONI	I	64.006	50.747	27.175	25.269	609	538	3	3	-	-52
138	160	CONSORZIO STABILE ECOBI SOCIETA' CONSORTILE A R.L. - IMPRESA SOCIALE	I	62.425	55.889	17.172	20.661	603	603	-	-	-	-
139	167	SWISSLOG ITALIA S.R.L.	I	61.246	53.504	53.132	83.646	6.274	7.594	132	127	1.680	5.339
140	249	VESCO CLAYS ITALY S.R.L.	I	61.227	36.012	48.147	36.519	3.049	695	2	2	2.354	-35
141	119	FERRARI GIORGIO S.P.A.	I	60.828	72.348	25.206	25.438	7.263	6.781	63	62	484	1.538
142	178	CASEIFICIO RAZIONALE NOVESE - SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	I	60.159	51.800	111.081	107.320	7.150	6.816	44	42	30	28
143	140	POCLAIN HYDRAULICS S.R.L.	I	60.026	63.277	33.826	37.136	6.002	6.013	169	167	289	219
144	142	AGILE TELECOM S.P.A.	I	60.010	62.945	16.172	14.711	3.525	3.560	18	17	1.457	1.890
145	182	VAIMO S.P.A. SOCIETA' BENEFIT	I	59.921	50.355	80.529	67.278	11.580	11.842	874	799	-46	-1.407
146	165	DOMUS ASSISTENZA SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE	I	59.828	64.107	46.066	46.226	15.269	15.189	1.947	1.852	160	19
147	163	SALUMIFICIO MEC PALMIERI S.P.A.	I	59.667	53.378	36.705	38.251	17.717	15.767	89	89	2.205	1.345
148	147	GIESSEFIN S.R.L.	C	59.465	61.557	108.442	111.482	17.672	21.211	264	277	-3.941	-4.673
149	155	CHIMAR S.P.A.	C	59.098	58.255	39.732	39.617	6.235	6.928	327	279	839	706
150	133	TECNORD S.R.L.	I	58.431	65.808	45.736	52.286	28.311	30.120	261	247	1.237	6.092
151	145	CASONI FABBRICAZIONE LIQUORI S.P.A.	I	58.425	61.840	31.174	32.468	12.786	11.022	74	68	1.801	20
152	154	FAR-PRO-MODENA S.P.A.	C	58.329	58.399	48.174	49.997	31.908	31.795	55	59	997	3.726
153	123	DATASENSING S.R.L.	I	57.760	70.173	36.148	41.092	14.515	18.264	276	272	-3.749	-2.435

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



We know how your business works so you can put AI to work for your business

Learn more at [pwc.com/it](https://www.pwc.com/it)





Legenda: n.d. = dato non disponibile PN Neg. = Impresa con Patrimonio Netto Negativo

Risultato operativo	REDDITIVITA'										RISCHIO FINANZIARIO			
	MOL (EBITDA)		ROE		ROI		ROS		Rapporto di Indebitamento		Oneri Finanziari su Ricavi			
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023		
1.065	1.604	1.393	1.954	2,9%	7,7%	3,1%	4,6%	1,5%	2,1%	2,386	2,471	2,363	4,352	
4.533	5.863	8.085	8.804	7,9%	9,6%	6,1%	7,5%	6,3%	7,5%	0,649	0,670	0,670	133,389	
1.521	905	2.441	1.858	12,7%	4,3%	3,7%	2,3%	2,1%	1,4%	2,911	3,294	6,423	4,184	
2.940	2.807	5.278	5.080	10,0%	7,7%	3,9%	4,5%	4,1%	4,0%	5,903	4,913	4,907	3,205	
3.729	914	7.168	4.168	5,7%	1,6%	2,0%	0,5%	5,3%	1,4%	2,182	2,144	3,170	2,284	
11.923	11.307	13.851	12.818	30,3%	20,2%	22,8%	18,3%	17,1%	16,7%	0,843	0,536	223,285	107,714	
4.226	-1.215	4.319	-1.128	23,0%	-16,1%	12,5%	-3,5%	6,1%	-2,0%	1,934	2,907	3,741	-0,971	
477	1.628	630	1.775	6,4%	28,1%	2,6%	11,6%	0,7%	3,0%	3,577	2,432	3,888	17,578	
7.828	3.785	12.423	8.554	13,3%	8,0%	7,6%	3,7%	11,4%	5,3%	0,893	0,882	39,683	6,616	
2.212	2.164	2.725	2.452	5,4%	4,0%	5,6%	4,8%	3,2%	2,3%	4,081	4,208	2,276	1,947	
25.673	13.172	28.557	20.122	29,7%	11,3%	19,5%	12,1%	37,7%	19,3%	0,332	0,565	92,684	53,517	
-466	-1.447	3.019	1.293	-4,9%	-7,9%	-0,9%	-2,6%	-0,7%	-2,0%	1,854	2,484	7,446	8,794	
4.353	9.397	8.065	12.741	3,0%	7,9%	3,9%	7,9%	6,4%	12,9%	0,953	1,128	2,926	4,608	
5.148	5.297	8.541	8.858	17,7%	26,3%	7,2%	7,7%	7,6%	7,7%	3,953	3,953	4,954	7,295	
435	1.007	1.419	1.972	-1,0%	1,8%	0,9%	1,8%	0,6%	1,5%	2,029	2,246	1,820	2,698	
2.805	1.367	6.132	4.511	7,7%	7,7%	4,1%	1,9%	4,2%	2,2%	1,822	2,209	4,724	3,433	
12.919	8.114	15.576	10.581	50,7%	43,7%	22,0%	16,3%	19,4%	14,7%	2,778	3,179	14,363	18,727	
1.463	1.221	2.515	2.644	0,8%	1,7%	3,5%	2,8%	2,2%	1,9%	3,321	3,490	1,966	2,912	
18.726	13.866	20.889	15.898	34,9%	36,8%	38,0%	33,9%	28,8%	26,6%	0,288	0,492	1110,157	481,711	
9.886	7.795	12.009	10.035	9,5%	8,4%	9,3%	8,2%	15,0%	12,4%	0,361	0,311	43,314	3344,913	
11.465	7.495	18.470	13.645	11,6%	16,8%	10,5%	7,2%	17,9%	13,8%	1,447	2,280	12,144	7,698	
-16	-67	13	-38	0,0%	-9,7%	-0,1%	-0,3%	0,0%	-0,1%	43,633	45,968	3,193	-0,335	
-1	-	-0	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,498	33,264	-0,107	0,280	
2.137	7.110	2.742	7.628	26,8%	70,3%	4,0%	8,5%	3,5%	13,3%	7,469	10,015	379,610	693,455	
3.315	-612	3.397	-545	77,2%	-5,0%	6,9%	-1,7%	5,4%	-1,7%	14,793	51,545	167,596	-36,355	
988	2.441	2.183	3.667	6,7%	22,7%	3,9%	9,6%	1,6%	3,4%	2,471	2,751	6,380	11,823	
844	1.015	2.439	2.537	0,4%	0,4%	0,8%	0,9%	1,4%	2,0%	14,537	14,745	1,130	1,117	
2.231	1.314	7.851	4.209	4,8%	3,6%	6,6%	3,5%	3,7%	2,1%	4,636	5,176	14,127	9,032	
1.536	2.487	2.142	2.979	41,3%	53,1%	9,5%	16,9%	2,6%	4,0%	3,588	3,132	765,158	141,854	
2.197	-391	10.988	6.978	-0,4%	-11,9%	2,7%	-0,6%	3,7%	-0,8%	5,954	4,676	5,065	6,672	
538	544	1.799	1.452	1,0%	0,1%	1,2%	1,2%	0,9%	1,0%	2,016	2,043	3,347	3,400	
3.370	1.962	6.214	4.924	12,4%	8,5%	9,2%	5,1%	5,6%	3,7%	1,072	1,426	23,296	13,202	
-207	-2.481	5.220	-499	-22,3%	-22,0%	-0,2%	-2,2%	-0,3%	-4,0%	5,136	4,256	1,634	-0,226	
2.058	2.087	3.492	3.818	13,5%	10,2%	5,2%	5,3%	3,5%	3,6%	5,372	4,718	4,805	6,917	
1.691	8.118	3.157	9.887	4,4%	20,2%	3,7%	15,5%	2,9%	12,3%	0,616	0,736	17,460	29,781	
2.787	459	4.114	1.565	14,1%	0,2%	8,9%	1,4%	4,8%	0,7%	1,438	1,946	9,392	3,280	
1.015	3.702	3.624	6.180	3,1%	11,7%	2,1%	7,4%	1,7%	6,3%	0,510	0,572	22,256	26,408	
-5.121	-2.790	-3.305	-1.032	-25,8%	-13,3%	-14,2%	-6,8%	-8,9%	-4,0%	1,490	1,250	-6,072	-6,617	

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



AGROALIMENTARE

POSIZIONE		IMPRESA/GRUPPO	RICAVI		DIPENDENTI	
2024	2023		2024	2023	2024	2023
2	2	Italmungola di Euro				
2	2	CREMONINI S.R.L. (Gruppo Cremonini)	5.722.907	17.678		
4	5	GRANTERRE S.P.A.	1.668.804	2.184		
10	9	BORSARI S.P.A.	600.290	82		
20	25	DRE-AM-FOOD S.R.L. (Gruppo Italmungola)	397.718	1.016		
21	28	ALCAR UNO - SOCIETA' PER AZIONI	384.891	150		
35	38	SUNCOM S.P.A.	220.867	78		
45	48	SELE FOOD SRL	191.317	99		
48	50	VILLANI S.P.A.	182.058	301		
51	47	GLOBALCARNI SOCIETA' PER AZIONI	174.730	68		
59	52	INDUSTROMO S.P.A.	149.610	33		
66	69	ACETUM S.P.A. SOCIETA' BENEFIT	132.536	244		
72	71	MENU' - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	121.971	301		
86	79	GRUPPO FABBRI VIGNOLA S.P.A.	103.977	389		
90	100	INDUSTRIA SALUMI SIMONINI S.P.A.	93.651	106		
94	137	TONNIES FLEISCH ITALIA S.R.L.	89.224	75		
97	129	4 MADONNE CASEIFICIO DELL'EMILIA SOC. COOP. AGRICOLA	85.106	152		
99	112	OCAMIS IRRIGAZIONE S.P.A.	82.581	240		
102	141	COMITAL S.R.L.	80.840	9		
120	130	ALBALAT SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	70.909	119		
125	92	BIOPRO SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	68.171	11		
127	116	BIMBO GSR ITALIA S.R.L.	67.917	178		
130	128	CASA MONTORSI S.R.L.	67.250	66		
131	143	GRUPPO FINI S.P.A.	66.897	146		
133	135	COMAL - S.R.L.	65.433	43		
142	178	CASEIFICIO RAZIONALE NOVESE - SOC. COOP. AGRICOLA	60.199	44		
145	182	VAINO S.P.A. SOCIETA' BENEFIT	59.921	574		
147	169	SALLUMIFICIO MEC PALMERI S.P.A.	59.667	89		
151	145	CASONI FABBRICAZIONE LIQUORI S.P.A.	58.425	74		
162	154	FAR-PRO-MODENA S.P.A.	58.329	55		
155	192	OR SELL S.P.A.	57.232	17		
159	189	ACETIFICI ITALIANI MODENA S.R.L. SOCIETA' BENEFIT	56.917	62		
157	161	G. BELLENTANI 1821 S.P.A.	55.803	74		
160	163	FRIGO-GEI S.R.L. CON SOCIO UNICO	54.667	13		
161	247	GRA - OOM SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	54.178	32		
164	174	SEM. SORGENTI EMILIANE MODENA S.P.A.	53.693	n.d.		
178	177	MOLINI INDUSTRIALI - S.P.A.	47.762	28		
179	225	COOPERATIVA CASEARIA CASTELNOVESE - SOC. COOP. AGR.	47.668	49		
184	207	ATHENA S.R.L.	45.873	88		
186	144	SCAM S.P.A.	45.135	98		
189	198	C.C.M. - COOPERATIVA CARTAI MODENESE - SOC. COOPERATIVA	45.500	92		
209	213	CR.M. S.P.A.	40.009	51		
215	231	GIGI L. SALUMIFICIO S.R.L.	39.249	112		
218	309	CASEIFICIO SOCIALE LA CARPPELLETTA DI SPOSSIDONIO - S.C.A.	38.663	28		
225	195	TEN COM GROUP SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	36.501	8		
226	242	S.R.L. - PRIVI - PRODUZIONE IMBOTTIGLIAMENTO VINI ITALIANI	36.436	85		
244	254	SAMOX S.R.L.	32.410	17		
254	276	LAI MEAI S.R.L.	30.848	36		
259	416	CAS. SOC. CASELLO SOC. AGR. COOP.			30.131	34
263	340	MONARI FEDERZON S.P.A.			29.658	46
264	365	VE.M.A.C. SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA			29.658	59
265	278	ALIS - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA			29.658	39
272	295	TOSCHI VIGNOLA S.R.L.			28.343	68
275	314	PASTICCERIA QUADRIFOGLIO S.R.L.			28.340	34
278	237	ACETIFICIO CARANDINI EMILIO S.P.A.			29.713	86
285	288	SAN GEMINIANO ITALIA S.C.A.R.L.			27.816	17
290	262	FI-TRO ITALIA S.R.L.			26.901	5
303	386	CAFFE' MOLINARI S.P.A.			26.884	47
308	273	DISTILLERIE BONOLLO S.P.A.			25.369	104
310	328	FRATELLI MANZINI S.P.A.			24.976	27
311	303	FORMIGNESE CARNI S.R.L.			24.949	23
312	396	EMILIA FOODS S.R.L.			24.937	32
314	381	FONTANA S.R.L.			24.833	54
318	353	STEFANI GROUP S.R.L.			24.076	33
321	479	LATTERIA DI CAMPOGALLIANO - SOC. COOPERATIVA AGRICOLA			23.757	14
325	367	ACETAIA GIUSEPPE CREMONINI S.R.L.			23.342	34
326	356	AGRI - CENTER S.R.L.			23.241	24
333	392	RITMO S.R.L.			22.904	325
334	360	CEIS ARTE COOPERATIVA SOCIALE ONLUS			22.708	462
335	369	SAPIZOO - SOCIETA' PER AZIONI			22.658	7
343	433	FATTORIE GIACOBBAZZI S.R.L.			22.209	31
347	347	AGRI MOTO - S.R.L.			21.898	29
350	383	PROSCIUTTIFICIO LEONARDI S.R.L.			21.743	15
353	412	PROSCIUTTIFICIO ANTICA PIEVE S.R.L.			21.650	7
354	393	FORTIS S.R.L.			21.557	38
369	NP	COOPERATIVA CASEARIA POGGIOLI - SOC. COOP. AGRICOLA			20.277	11
371	476	ACETAIA GIUSTI S.R.L.			20.082	71
376	402	CIBUS 1 S.P.A.			19.801	-
385	446	SARCHIO S.P.A.			19.134	57
387	478	VETEMONTANA S.R.L.			19.065	25
392	472	MERCATO ORTOFRUTT. AGRO-ALIMENTARE DI MODENA S.P.A.			18.995	27
396	NP	SPALANZANI SALUMI S.R.L.			18.621	6
397	454	FRANCESCANA S.R.L.			18.599	100
404	427	GIBELLINI & MELLI S.R.L.			18.390	10
413	482	CANTINA DI CARPI E SORBARA SOC. AGRICOLA COOPERATIVA			17.799	31
414	499	CAFFE' CAGLIARI - S.P.A.			17.778	34
440	459	GAMS S.R.L.			16.470	13
444	NP	DIETOPACK S.R.L.			16.327	68
451	470	AZIENDA AGRICOLA FLIERA UNO SOCIETA' AGRICOLA SRL			15.994	2
457	480	CENTROFRUTTA S.R.L.			15.509	53
463	434	BORGHI PROGETTO ENOLOGIA S.R.L.			15.001	15
466	NP	ORTALLI S.R.L.			14.726	23
474	405	ADM ANIMAL NUTRITION ITALY SRL			14.541	21
483	490	RODA S.R.L.			13.781	29
499	NP	VAL-CIMA S.C.A.			12.981	7

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





12/02/2026
Pag. 65
TOP 500 MODENA

il Resto del Carlino



GIOVEDÌ - 12 FEBBRAIO 2026 - IL RESTO DEL CARLINO

65

LE 500 AZIENDE IN ORDINE ALFABETICO

97	4 MADONNE CASEIFICIO DELL'EMILIA S.C.A.	196	CAOLINO PANCIERA S.P.A.	39	EMILCERAMICA S.R.L.
485	41ZERO42 S.R.L.	83	CAPRARI S.P.A.	312	EMILIA FOODS S.R.L.
101	42 HOLDING S.R.L.	377	CASA DI SPEDIZIONI GAZZOTTI - S.P.A.	496	EMILIANA IMBALLAGGI S.P.A.
468	A.B.L. S.R.L.	130	CASA MONTORSI S.R.L.	224	EMILIANA SERBATOI S.R.L.
47	A.C.R. - DI REGGIANI ALBERTINO - S.P.A.	142	CASFIFICIO RAZIONAI F. NOVESF - S.C.A.	374	ENCAPLAST S.P.A.
208	A.L.E. S.P.A. BUILDING AND CONSULTING	259	CAS. SOC. CASELLO SOC. AGR. COOP	381	ENERGON ESCO S.P.A.
406	ATP - SOCIETA' PER AZIONI O ATP - S.P.A.	218	CASEIFICIO SOC. LA CAPPELLETTA DI SPOSSIONI - SOC. COOPERATIVA AGRICOLA	458	ERREVI AUTOMATION S.R.L.
44	ABK GROUP INDUSTRIE CERAMICHE S.P.A.	181	CASONI FABBRICAZIONE LIQUORI S.P.A.	122	ESAN ITALIA MINERALS S.R.L.
325	ACETAIA GIUSEPPE CREMONINI S.R.L.	277	CAT RICAMBI SRL	291	ESAUTOMOTION S.P.A.
371	ACETAIA GIUSTI S.R.L.	42	CBM S.P.A.	344	ESPO & CARTOTEC S.P.A.
156	ACETIFICI ITALIANI MODENA S.R.L. S.B.	491	CBM SRL	40	ETERNOO S.P.A.
278	ACETIFICIO CARANDINI EMILIO S.P.A.	378	CBRE SRL	17	EUROCAP PETROLI S.P.A.
66	ACETUM S.P.A. SOCIETA' BENEFIT	221	CEDEM S.C. A R.L.	323	EUROLAM S.R.L.
357	AD CONSULTING SPA	334	CEIS A.R.T.E. COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	437	EUROMAC S.P.A.
359	ADESITAL SPA	261	CENTRO ITALIANO ACCIAI SRL	181	EUROSCREEN HOLDING S.P.A.
474	ADM ANIMAL NUTRITION ITALY SRL	457	CENTROFRUTTA S.R.L.	107	EUROSETS S.R.L.
114	AEC COSTRUZIONI S.R.L.	245	CERCOL SOCIETA' PER AZIONI	940	EXACTA LABCENTER S.P.A.
144	AGILE TELECOM S.P.A.	210	CERAMICA FONDOVALLE SPA	13	EXELITE S.P.A. (Gruppo Liu Jo)
326	AGRI - CENTER S.R.L.	124	CERAMICHE CCV CASTELVETRO S.P.A.	315	EXPERTAI S.P.A.
347	AGRI MOTO - S.R.L.	70	CERAMICHE MOMA - S.P.A.	207	F.E.A. S.R.L.
24	AIMAG S.P.A.	136	CERAMICHE SERRA S.P.A.	423	FLR. FABBRICA ITALIANA RADIATORI S.R.L.
120	ALBALAI SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	173	CERTECH FINANZIARIA S.P.A.	65	ELLI GIBERTINI FUGINO S.P.A.
21	ALCAR UNO SOCIETA' PER AZIONI	149	CHIMAR S.P.A.	327	FANTON ARRIGO S.R.L.
367	ALIANTE - COOPERATIVA SOCIALE	376	CIBUS1 S.P.A.	380	FARMACIE COMUNALI DI MODENA S.P.A.
265	ALIS - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	115	CIMA S.P.A.	152	FAR-PRO-MODENA S.P.A.
67	ALTADIA ITALIA S.R.L.	167	CME SOC. COOP O CME SOCIETA' COOPERATIVA	343	FATTORIE GIACOBBAZZI S.R.L.
322	AMA COMPOSITES S.R.L.	483	CNH INDUSTRIAL SERVICES SRL	141	FERRARI GIORGIO S.P.A.
391	AMCOR FLEXIBLES SOLIERA S.R.L.	96	COEM S.P.A.	1	FERRARI S.P.A.
117	ANGELO PO GRANDI CUCINE - S.P.A.	188	COG S.R.L.	162	FERVI S.P.A.
97	ANNONI REVERBERI S.P.A.	270	COLLICARE LOGISTICS S.R.L.	230	RMO S.P.A.
330	ANSA TECH S.R.L.	133	COMAL - S.R.L.	113	RNCIBEC S.P.A.
232	ARENA SANITA' S.P.A.	102	COMITAL S.R.L.	8	RN-FIREL S.P.A. (Gruppo Kerakoll)
449	AS ASTON SEALS S.P.A.	320	COMMERCIALE FOND S.P.A.	75	RINLITE S.R.L. (Gruppo Reflexallen)
242	ASCOM S.P.A.	388	COM. TERAPEUTICA L'ANGOLO COOP. SOC. A R.L.	34	RINMASI S.P.A.
111	ASCOT GRUPPO CERAMICHE S.R.L.	471	C.A.B.M.	422	RINTEX S.R.L.
184	ATHENA S.R.L.	337	CONSORZIO GRUPPO CEIS COOP SOCIALE	236	RIORI GROUP S.P.A.
475	ATK SPORTS S.R.L.	138	CONSORZIO STABILI ECOBI SOCIETA' CONSORTILE A R.L. - IMPRESA SOCIALE	401	PLATS SERVICE S.R.L.
185	ATLANTIC FLUID TECH S.R.L.	137	CONSORZIO STABILE MODENESE SOCIETA' CONSORTILE PER AZIONI	410	FONDERIA GHIRLANDINA SOCIETA' PER AZIONI
489	ATON GREEN STORAGE S.P.A.	412	CONSTANTIA SAN PROSPERO S.R.L.	256	FONDERIA S. POSSIDONIO S.R.L.
389	AUTEL S.R.L.	366	COOLTECH S.R.L.	314	PONTANA S.R.L.
123	AUTOGRIFONE SOCIETA' A R.L.	179	COOPERATIVA CASEARIA CASTELNOVESE - S.C.A.	292	FORGHIERI S.R.L.
134	AUTOCARROZZERIA IMPERIALE S.R.L.	369	COOPERATIVA CASEARIA POGGIOLI - S.C.A.	288	FORM BAGS S.P.A.
116	AUTOGEPI SOCIETA' PER AZIONI	110	C.F.P. SOC. COOP	311	FORMIGINESE CARNI S.R.L.
454	A-ZETA GOMMA S.P.A.	203	COPTIP SOCIETA' COOPERATIVA	354	FORTIS S.R.L.
451	AZIENDA AGRICOLA FILIERA UNO S.A. SRL	80	COROB S.P.A.	397	FRANCESCANA S.R.L.
84	B. BRAUN AVITUM ITALY S.P.A.	57	COSTRUZIONI EDILI BARALDINI QUIRINO S.P.A.	93	FRANCIOSI S.R.L.
304	B.C.M. SRL	382	COSTRUZIONI GIOVANNI NERI S.R.I	60	FRANTOIO FONDOVALLE S.R.L.
395	BALCO SOCIETA' PER AZIONI	25	CPL CONCORDIA SOCIETA' COOPERATIVA	310	FRATELLI MANZINI S.P.A.
487	BARIKELL S.R.L.	429	CRANE S.R.L.	170	FRESENIUS HEMOCARE ITALIA S.R.L.
436	BECKETT THERMAL SOLUTIONS S.R.L.	2	CREMOPIN S.R.L. (Gruppo Cremonini)	319	FRIAL SRL
64	BELCO S.R.L.	345	D. & G. MODENA S.R.L.	160	FRIGO-GEL S.R.L. CON SOCIO UNICO
324	BERTELLI WALTER E ROLANDO CARBURANTI - S.P.A.	490	D. & G. MOTORS S.R.L.	290	F-TKO ITALIA S.R.L.
467	BEST MOTOR SOCIETA' A R.L.	27	DAIMLER BUSES ITALIA S.P.A.	157	G. BELLENTANI 1821 S.P.A.
302	BIANCHI MODENA SRL	153	DATASENSING S.P.A.	295	G.A. RICAMBI - S.P.A.
49	BIANCHINI-SAETTI HOLDING SRL (Gruppo Opcerin)	316	DEFDI R.DONI S.P.A.	266	G.B.G. - S.R.L.
127	BIMBO QSR ITALIA S.R.L.	469	DELLA CASA RETI S.R.L.	332	GABER COMMERCIALE S.R.L.
132	BIOFER S.P.A.	258	DI QUATTRO S.R.L.	372	GALILEO S.R.L.
125	BIOPRO SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	411	DIEPAI S.R.L.	197	GAMBINI GROUP S.P.A.
249	BITEM S.R.L.	163	DIERRI S.P.A.***	41	GAMBRO DASCO S.P.A.
383	BLUFIN S.P.A.	444	DIETOPACK S.R.L.	440	GAMS S.R.L.
424	BOMBONETTE S.P.A.	176	DINI ARGO S.R.L.	497	GAPE DUE S.P.A.
463	BORGHI PROGETTO ENOLOGIA S.R.L.	308	DISTILLERIE BONOLLO S.P.A.	81	GARC COSTRUZIONI S.P.A. SOCIETA' BENEFIT
213	BORGHI S.P.A.	472	DIVINA MODE SRL	158	GAUDI TRADE S.P.A.
10	BORSARI S.P.A.	146	DOMUS ASSISTENZA SOC. COOPERATIVA SOCIALE	128	GB HOLDING S.P.A.
33	BOSCH REXROTH OIL CONTROL S.P.A.	421	DOMUSTE S.R.L.	52	GENERAL NOLI SPEDIZIONI INTERNAZIONALI S.P.A.
192	BRAMA SRL	349	DOTECO S.P.A.	478	GENERALI PIO S.P.A.
480	BUDRI SRL	297	DOXEE S.P.A.	228	GENIUS PROGETTI S.R.L.
328	BULL BIKES S.R.L.	20	DREAMFOOD S.R.L. (Gruppo Italpizza)	222	GFOMIX S.R.L.
201	C.B.G. - S.P.A.	233	DIRUCK S.R.L.	404	GIBELLINI & MELLI S.R.L.
189	C.C.M. - COOPERATIVA CARTAI MODENESE - S.C.	205	DUERRE TUBI STYLE GROUP S.P.A.	427	GIBLOR'S S.R.L.
294	C.F.R. - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	254	EAT MEAT S.R.L.	148	GIESSEFIN S.R.L.
351	C.J.L.S.E.A. - SOC. COOP	237	ECOBLOKS - S.R.L.	215	GIGI IL SALUMIFICIO S.R.L.
9	C.M.B. SOCIETA' COOPERATIVA	190	ECOMANDATARIA S.R.L.	103	GLEM GAS S.P.A.
287	C.M.S. - S.P.A.	452	EDICER - S.P.A.	51	GLOBALCARNI SOCIETA' PER AZIONI
251	C.N.A. SERVIZI MODENA S.R.L.	191	EFFEDIESSIE SOCIETA' A R.L.	82	GOLD ART CERAMICA S.P.A.
61	C.P.C. S.R.L.***	386	EGICON SRL	466	GOLDEN HOUSE S.R.L.
209	C.R.M. S.P.A.	243	ELCAM MEDICAL ITALY SPA	161	GRA - COM SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA
492	C.T.B. - CEMENTAZIONE TEMPERA BONIFICA - S.R.L.	416	ELECO SOCIETA' COOPERATIVA	88	GRAF INDUSTRIES S.P.A.
98	CADICAGROUP S.R.L.	447	ELECTRONIC CENTER S.R.L.	456	GRANI & PARTNERS S.P.A.
414	CAFFE' CAGLIARI - S.P.A.	119	ELETTROMECCANICA TIRONI - S.R.L.	4	GRANTERRE S.P.A.
303	CAFFE' MOLINARI S.P.A.	461	ELETTRONICA CIMONE - SOCIETA' A R.L.	62	GRUPPO AUTORAMA S.P.A.
462	CALDERYS ITALIA S.R.L.	469	EMIL MACCHINE UTENSILI S.P.A.	364	GRUPPO BETA S.P.A.
329	CAMPERIS S.P.A.			200	GRUPPO DONDI S.P.A.
476	CANOVI COPERTURE SRL			86	GRUPPO FABBRI VIGNOLA S.P.A.
413	CANTINA DI CARPI E SORBARA SOC. AGR. COOP			131	GRUPPO FINI S.P.A.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

27/02/2026

Pag. 8

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

La mia Modena da 92 anni L'attesa dei lettori da bar e l'eterna 'vasca' in centro

Dai fumetti al Carlino in casa Zagaglia, quelle pagine che mi hanno fatto crescere
La città dal dopoguerra è cambiata, ma non abbiamo perso le vecchie abitudini

di **Beppe Zagaglia**



Io e il Resto del Carlino Modena siamo quasi coetanei, 80 anni lui e 92 io, però onestamente in quei 12 anni non leggevo il giornale. Leggevo i giornalini che erano poi i fumetti, ma allora li chiamavamo giornalini: l'Uomo Mascherato, Mandrake, Cino e Franco, il Topolino che quando l'ho comprato la prima volta mi sembrava di sognare, entrare nel mondo della fantasia, dei sogni. Il giornale, quello vero, dei grandi, ho iniziato a leggerlo quando poi sono diventato grande anch'io.

In casa mia si comprava *Il Resto del Carlino*. Leggevo le notizie del mondo, che poi vedevo al cinema nella Settimana Incom, non c'era ancora la televisione. Importanti erano le pagine locali dedicate alla città, quello che succedeva a Modena, i film che proiettavano, lo sport, il Modena che era in serie A. Io conoscevo alcuni giocatori modenesi e mi stimavo, ma loro non si davano l'importanza dei giocatori di oggi, non sposavano le veline (che non c'erano!).

Ma quelli erano anche anni duri, difficili, con lotte politiche, c'erano state le elezioni del '48 che per fortuna avevano fatto diventare l'Italia una nazione democratica ma molti non accettavano di aver perso e da vigliacchi continuavano una loro guer-

ra personale e uccidevano delle brave persone per invidia, cattiveria.

Il mondo cambiava, andavamo al cinema a vedere i film americani dove tutto era bello, era l'«American dream», loro avevano il frigorifero e noi la ghiacciaia fuori dalla finestra con le stec-

che di ghiaccio dell'industria del gelo; avevano la televisione, la macchina e noi andavamo in bicicletta e così avevamo la mania dell'America e facevamo gli americani. Beh! Non tutti, per molti il paradiso terrestre era la Russia! E il tempo volava, le medie, il liceo, l'Università. E poi la fotografia, il mio primo libro.

Si apriva per me un mondo nuovo e Modena diventava il mio mondo e anche quello dei miei amici, quelli del paletto del portico del Collegio. Guardavamo le ragazze, combinavamo le festine a casa mia la domenica pomeriggio, ma il massimo erano le feste importanti del Patronato, della Croce Rosa. Nel parco passava la Mille Miglia e anche il Rally del cinema con gli attori più importanti, ricordo Sofia Lo-

ren che credevo non mi piacesse e invece mi piaceva molto, era bellissima! Ma c'erano stati dei problemi, i morti delle fonderie, gli scioperi, i delitti insoluti, il mostro di Modena, la disoccupazione. Avevano costruito l'Autodromo che era il più importante d'Europa e si correva il Gran Premio di Modena e ricordo quando nel settembre del 1953 Fangio su Maserati aveva vinto davanti alle Ferrari che però poi vincevano i campionati del mondo, ma anche le Maserati andavano fortissimo e pure le Stanguellini. L'Aceto Balsamico diventava tradizionale e si preparava a essere esportato in tutto il mondo e anche la gastronomia, i tortellini, lo zampone, i nostri salumi, merito molto di Giorgio Fini e del suo ristorante famoso e per i modenesi andarci era sempre una festa. Ma lo era anche per gli stranieri, attori, re e sceicchi che venivano a Modena per comprare una Ferrari o una Maserati. A Sassuolo la ceramica conquistava il mondo, a

Carpi la maglieria, a Mirandola il biomedicale, a Vignola la frutta, le ciliegie. Nascevano le fabbriche e l'economia, che era sempre stata agricola, diventava industriale con un certo benessere. La Vespa e la Lambretta avevano sostituito la bicicletta, poi erano arrivate le macchine, la Seicento e la Cinquecento e le gite in montagna e la domenica al mare.

Modena era una città viva, animata da personaggi. Delfini pontificava al bar Nazionale, Mario Molinari disegnava caricature per i giornali umoristici. Guglielmo Zucconi assieme a Bruno Urbini aveva scritto fin dal dopoguerra commedie brillanti che divertivano i modenesi. Poi Enzo Ferrari con la sua scuderia di piloti e di macchine. C'erano i poeti dialettali Luciano Zanasi, Ugo Preti, Franco Bisi, Luigi Zanfi, Benedetto Benedetti, che tenevano vivo il dialetto e animavano le mie serate di fotografie. Sandrone dal balcone del municipio arringava la folla e strigliava i nostri amministratori. Poi Luciano Pavarotti, il più grande tenore del mondo ma per noi modenesi, per me che giocavo al football assieme o contro di lui quando eravamo ragazzi, un

amico. Modena intanto cresceva ancora, la periferia si allargava e il centro che prima era animato, poco alla volta si vuotava. La gente preferiva andare a stare nei condomini col bagno e il riscaldamento.

Tutto cambiava, era arrivata la



Delfini, Molinari, Zucconi, Urbini e l'amico Pavarotti: tanti personaggi indimenticabili



27/02/2026

Pag. 8

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

La mia Modena da 92 anni L'attesa dei lettori da bar e l'eterna 'vasca' in centro

Dai fumetti al Carlino in casa Zagaglia, quelle pagine che mi hanno fatto crescere
La città dal dopoguerra è cambiata, ma non abbiamo perso le vecchie abitudini

di **Beppe Zagaglia**



Io e il Resto del Carlino Modena siamo quasi coetanei, 80 anni lui e 92 io, però onestamente in quei 12 anni non leggevo il giornale. Leggevo i giornalini che erano poi i fumetti, ma allora li chiamavamo giornalini: l'Uomo Mascherato, Mandrake, Cino e Franco, il Topolino che quando l'ho comprato la prima volta mi sembrava di sognare, entrare nel mondo della fantasia, dei sogni. Il giornale, quello vero, dei grandi, ho iniziato a leggerlo quando poi sono diventato grande anch'io.

In casa mia si comprava *Il Resto del Carlino*. Leggevo le notizie del mondo, che poi vedevo al cinema nella Settimana Incom, non c'era ancora la televisione. Importanti erano le pagine locali dedicate alla città, quello che succedeva a Modena, i film che proiettavano, lo sport, il Modena che era in serie A. Io conoscevo alcuni giocatori modenesi e mi stimavo, ma loro non si davano l'importanza dei giocatori di oggi, non sposavano le veline (che non c'erano!).

Ma quelli erano anche anni duri, difficili, con lotte politiche, c'erano state le elezioni del '48 che per fortuna avevano fatto diventare l'Italia una nazione democratica ma molti non accettavano di aver perso e da vigliacchi continuavano una loro guer-

ra personale e uccidevano delle brave persone per invidia, cattiveria.

Il mondo cambiava, andavamo al cinema a vedere i film americani dove tutto era bello, era l'«American dream», loro avevano il frigorifero e noi la ghiacciaia fuori dalla finestra con le stec-

che di ghiaccio dell'industria del gelo; avevano la televisione, la macchina e noi andavamo in bicicletta e così avevamo la mania dell'America e facevamo gli americani. Beh! Non tutti, per molti il paradiso terrestre era la Russia! E il tempo volava, le medie, il liceo, l'Università. E poi la fotografia, il mio primo libro.

Si apriva per me un mondo nuovo e Modena diventava il mio mondo e anche quello dei miei amici, quelli del paletto del portico del Collegio. Guardavamo le ragazze, combinavamo le festine a casa mia la domenica pomeriggio, ma il massimo erano le feste importanti del Patronato, della Croce Rosa. Nel parco passava la Mille Miglia e anche il Rally del cinema con gli attori più importanti, ricordo Sofia Lo-

ren che credevo non mi piacesse e invece mi piaceva molto, era bellissima! Ma c'erano stati dei problemi, i morti delle fonderie, gli scioperi, i delitti insoliti, il mostro di Modena, la disoccupazione. Avevano costruito l'Autodromo che era il più importante d'Europa e si correva il Gran Premio di Modena e ricordo quando nel settembre del 1953 Fangio su Maserati aveva vinto davanti alle Ferrari che però poi vincevano i campionati del mondo, ma anche le Maserati andavano fortissimo e pure le Stanguellini. L'Aceto Balsamico diventava tradizionale e si preparava a essere esportato in tutto il mondo e anche la gastronomia, i tortellini, lo zampone, i nostri salumi, merito molto di Giorgio Fini e del suo ristorante famoso e per i modenesi andarci era sempre una festa. Ma lo era anche per gli stranieri, attori, re e sceicchi che venivano a Modena per comprare una Ferrari o una Maserati. A Sassuolo la ceramica conquistava il mondo, a

Carpi la maglieria, a Mirandola il biomedicale, a Vignola la frutta, le ciliegie. Nascevano le fabbriche e l'economia, che era sempre stata agricola, diventava industriale con un certo benessere. La Vespa e la Lambretta avevano sostituito la bicicletta, poi erano arrivate le macchine, la Seicento e la Cinquecento e le gite in montagna e la domenica al mare.

Modena era una città viva, animata da personaggi. Delfini pontificava al bar Nazionale, Mario Molinari disegnava caricature per i giornali umoristici. Guglielmo Zucconi assieme a Bruno Urbini aveva scritto fin dal dopoguerra commedie brillanti che divertivano i modenesi. Poi Enzo Ferrari con la sua scuderia di piloti e di macchine. C'erano i poeti dialettali Luciano Zanasi, Ugo Preti, Franco Bisi, Luigi Zanfi, Benedetto Benedetti, che tenevano vivo il dialetto e animavano le mie serate di fotografie. Sandrone dal balcone del municipio arringava la folla e strigliava i nostri amministratori. Poi Luciano Pavarotti, il più grande tenore del mondo ma per noi modenesi, per me che giocavo al football assieme o contro di lui quando eravamo ragazzi, un

amico. Modena intanto cresceva ancora, la periferia si allargava e il centro che prima era animato, poco alla volta si vuotava. La gente preferiva andare a stare nei condomini col bagno e il riscaldamento.

Tutto cambiava, era arrivata la



Delfini, Molinari, Zucconi, Urbini e l'amico Pavarotti: tanti personaggi indimenticabili



27/02/2026

Pag. 25

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

In città il gotha degli chef Per Fini gli elogi di due Papi Bottura sulla vetta dell'Olimpo

In ottant'anni la ristorazione modenese ha saputo affermarsi a livello internazionale
All'insegna storica di Rua Frati il merito di avere traghettato la cucina fino alla Francese



Luca Marchini (L'Erba del Re)

di **Luca Bonacini**

Francesco Guccini ricorderà una Modena in ginocchio, quando da bambino, nell'autunno del '45, arrivò su un treno merci da Pavana, via Bologna, accompagnato dallo zio. Case crollate dai bombardamenti, caos e montagne di detriti. Un anno dopo, apre la redazione de *Il Resto del Carlino*. C'è voglia di dimenticare gli anni difficili della guerra e la tavola è ancora un miraggio in un Paese in ginocchio. Nel corso dei decenni la cucina modenese si definisce e prende corpo, diventando tutt'uno, con un formidabile paniere alimentare che poche province d'Italia possono vantare, tra Parmigiano reggiano, Aceto balsamico tradizionale, lambrusco e molte altre bontà. Si viene a Modena per fare affari nella ceramica, nella meccanica, nel manifatturiero, per acquistare le auto più eleganti e veloci del mondo e conoscere Enzo Ferrari, ma anche per visitare le acetaie, le cantine e ammirare il Duomo Romano, il Palazzo Ducale, la Bibbia di Borso d'Este e naturalmente per conoscerne la tavola.

In centro ai tempi i ristoranti di nome non mancano. C'è Fini, aperto nel 1912, che con la sua cucina sopraffina richiama a sé Louis Armstrong, William Holden, Ingrid Bergman, Roberto Rossellini e tutto il mondo della cultura e dello spettacolo, riceve gli elogi di due pontefici e le sue succulente specialità vengono inviate ovunque, anche a Winston Churchill.

Nel 1948, inaugura La Bianca, «vi si cucinano i migliori maccheroni al pettine, con un ragù bianco», affermerà Guccini. L'energica dinastia dei Cantoni nel 1959 apre Oreste, di fronte all'Accademia, dove Enzo Ferrari e Adolfo Orsi (proprietario della Maserati) si fronteggiano a tavola come negli autodromi, seduti accanto ad attori, reali e premi Nobel.

NON SOLO RISTORANTI DI LUSO

Numerose le osterie e le trattorie dove si beve un bicchiere e si mangia tipico

Ma Modena ha anche una lunga tradizione di osterie aperte sin dall'Ottocento, dove andare a bere un bicchiere di vino, portandosi un cartoccino di frittelle di baccalà, salame o coppa di testa, comprati altrove. Sono antesignane dell'allora Tondelli Vini e liquori, che molti ricorderanno in via Badia. La città e l'hinterland sono pieni di trattorie, dove senza tanti fronzoli si mangia tipico modenese. C'erano l'Americano, dove andavano i Nomadi, la Tettoia, crocevia di arbitri famosi, e, tutt'oggi, resistono la Fossalta, la Rana, meta di galleristi e mercanti d'arte, mentre il Leoncino alla Madonna, dove entrò addirittura Napoleone, oggi è stato rimpiazzato da un Mc Donald's.

La Baia del re apre nel 1965 e oggi, ristrutturata e ampliata dalla famiglia Fini, è ancora una sosta qualificata per piloti, gente di spettacolo e capitani d'industria. L'Annunciata, aperta a Citanova nel 1925, con clienti del calibro di Luciano Pavarotti, l'unico a cui si apriva il locale nel giorno di chiusura, oggi prosegue come Nunziadeina a Nantola, sempre guidata dalla famiglia Mattioli. E come non citare i locali che hanno segnato un capitolo di storia; l'indimenticabile ristorante San Silvestro di San Prospero, dove cucinava Belloni, che insieme al fratello

aveva servito Frank Sinatra; il Castello di Castelvetro; la Fazenda di Montale, dove cenò Paul Newman; il Borso d'Este, dove al termine del grande concerto modenese si rifocillarono gli

U2. E poi quelli ancora in attività; il Club Europa 92, dove Pavarotti era di casa e tutti i più importanti musicisti del mondo si sono seduti; Vinicio, che cucinò anche a Cape Canaveral. E ancora, l'Antica Moka, che venne scelta dal presidente Azeglio Ciampi e dalla signora Franca; l'Hosteria Giusti, dove era di casa Remy Krug; Strada facendo, dove andavano lo scrittore Edmondo Berselli, il musicista Shel Shapiro e l'artista Ugo Nespolo; il Montana di Maranello, prediletto da Schumacher e da decine di piloti, che puntual-

mente lasciano un tovagliolo con dedica.

Ottant'anni in cui la ristorazione modenese ha saputo affermarsi, ispirata da due monarchi assoluti a cui Modena deve tanto. Giorgio Fini, figlio di Telesforo, al timone dell'insegna storica di Rua Frati, cui si riconosce di aver traghettato Modena nell'alta ristorazione, ispirando la nascita del brand Fini, che porterà la cucina modenese nelle autostrade e nelle case degli italiani. Un padre buono della ristorazione modenese, tra i fondatori del Consorzio Modena a Tavola, aveva capito prima di altri l'importanza di lavorare insieme per un obiettivo comune. Generoso, autorevole, sempre attento allo stato di salute della nostra cucina, forniva il suo sostegno ad ogni collega che apriva un nuovo locale.

E naturalmente Massimo Bottura, che ha conquistato il podio più alto nella prestigiosa '50 Best Restaurant', insieme a numerosissimi riconoscimenti inter-



27/02/2026

Pag. 25

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

nazionali. È il più autorevole ambasciatore della nostra città, l'ha guidata nell'olimpo della ristorazione, rappresentando in più e più occasioni: Modena, l'Emilia, l'Italia. La visione prospettica, la capacità di motivare i collaboratori, facendoli crescere, la sensibilità verso l'arte, la cultura, il territorio e le sue radi-

ci, che fonde nella proposta gastronomica delle sue insegne, ne fa un unicum nel panorama enogastronomico italiano.

Ha ridisegnato l'idea di cucina ed è stato capace di vincere tutto, trionfando nei più esclusivi contesti, portando l'Osteria Francescana e Modena nell'empireo della cucina internazionale, senza mai dimenticare che alcuni di noi sono svantaggiati e fragili.

Tra i meriti dell'imprenditore modenese, non va dimenticato il contributo cruciale che ha fornito nell'ottenimento del riconoscimento Unesco, alla Cucina Italiana, come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, sancito nel dicembre 2025, e potremmo continuare.

Francescana Family, che ha festeggiato i 30 anni, da pochi mesi, è un gruppo di locali uniti dal medesimo sentire (Osteria Francescana; Franceschetta58; Gatto Verde; Cavallino, Casa Maria Luigia). Poi le rinomate Osterie Gucci, di Firenze, Tokyo, Seoul; e i progetti per il sociale di Food for Soul e il Tortellante di Modena. Una galassia di insegne di successo e progetti, che fanno capo a Massimo Bottura e a Lara Gilmore, senza la quale «Nulla sarebbe stato possibile», ha affermato più volte Bottura.

Oggi le stelle non mancano nella nostra provincia. A Modena c'è l'Osteria Francescana (3 stelle rosse e 1 verde); l'Erba del re, di Luca Marchini (1 stella rossa) e il Gatto verde, con chef Jessica Rosval (1 stella verde e 1 rossa). A Fiorano Alto Ristorante, con lo chef Mattia Trabetti (1 stella rossa). A Maranello il Cavallino, con gli chef Riccardo Forapani e Virginia Cattaneo (1 stella rossa).

Per la prima volta nella nostra storia, ci sono cinque insegne stellate, per un totale di nove stelle, ed è un punto di orgoglio per la nostra città, che lascia intuire quanto Modena sia apprezzata nell'ambito gastronomico.

zata nell'ambito gastronomico.

GUIDA MICHELIN

**Per la prima volta
ci sono cinque
insegne stellate,
per un totale di nove**



Mattia Trabetti (ristorante Alto)



Jessica Rosval, sotto Riccardo Forapani e Virginia Cattaneo

A sinistra
la festa
di Bottura
quando
conquistò
la terza stella
con la sua
rinomata
Francescana
in centro



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

27/02/2026

Pag. 29

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

Castelfranco patria dei tortellini Un'arte tramandata dalle sfogline La Sagra che mette tutti a tavola

Quest'anno si terrà la 45esima edizione della manifestazione, lunga tradizione di osti e dame in corteo Degli Angeli (La San Nicola): «Dalla Compagnia del Buvinello alla festa che ha dato un'identità al paese»

di **Valeria Selmi**



È nato prima il tortellino o Castelfranco Emilia? La suggestione li vede 'gemelli'. Di certo le origini della pasta ripiena per eccellenza, rigorosamente in brodo di caprone, sono in questa terra di mezzo tra Modena e Bologna, tutt'altro che un luogo di passaggio. È un paese, infatti, con una identità chiara, che ha dedicato a Sua Maestà il Tortellino anche un monumento, una rotatoria e, più recentemente, uno showroom in piazza dove l'arte delle sfogline si tramanda. Se la nascita di quel triangolo di sfoglia piegato col mignolo è un quesito storico, quasi filosofico, che ha ispirato anche Tassoni, è certa la paternità della Sagra del Tortellino Tradizionale che da oltre 40 anni (nel 2026 sarà la 45esima edizione) si ripete ogni settembre con l'instancabile guida di Gianni Degli Angeli.

È lui a riavvolgere il nastro fino alle origini, quando la leggenda dell'ombelico che si fa arte gastronomica entra definitivamente nella cultura popolare diventando orgogliosamente moto di paese autoalimentato, ora come allora, dal volontariato.

Che tempi erano?

«Gli inizi degli anni '80. Facevo parte dall'antica Compagnia del Buvinello, una ventina di amici che si ritrovavano per mangiare e bere insieme, di cui era presidente Paolo Ziccardi. Da qui è partita l'idea di costituire un comitato per la festa di San Nicola, recuperando una tradizione che si era andata esaurendo. L'iniziatore è stato Pietro Benassi. Il comitato promotore, nato ufficialmente davanti a un notaio nel 1984, si è poi trasformato in associazione di volontariato e Aps.

La grande intuizione fu decidere di portare in piazza il tortellino».

Qual era lo spirito della festa?

«Gli organizzatori erano tutti apoli-

tici, apartitici e aconfessionali, ma è sempre rimasta legata tradizionalmente a S.Nicola. Solo per un anno, a causa di un fraintendimento con la parrocchia, si provò a separare la festa religiosa dalla Sagra, ma è sempre stata una manifestazione di tutti. L'intento principale, ancora oggi, è tenere viva la tradizione, valorizzare il ruolo delle sfogline e promuovere un prodotto di qualità raccontando chi l'ha inventato con una rappre-

sentazione in centro (la famosa locanda e quell'ombelico visto dal buco della serratura... ndr)».

La Storia del tortellino si tramanda appunto - di anno in anno - nello scenografico corteo con oste, dama e passaggio del mattarello. Si ricorda ancora le emozioni del debutto?

«La prima sfilata fu più che altro una passeggiata che vide protagonisti il ristoratore Carlo Borsari (titolare de *La Lumira*, tuttora in gestione al figlio Carlo Alberto) e Ondina Giannone. All'inizio eravamo in pochi... tagliavamo un salame insieme, ma c'era già tutto lo spirito autentico della festa che poi si è sviluppata in questi quattro decenni. A seguire ci fu il primo corteo con Mario Simoni nelle vesti dell'oste che sfilò con una figurante di Grazzano Visconti.

Gli abiti sono ancora oggi realizzati da abilissime sarte (Anna Gazzotti, Rita Gherardi e Marisa Bottazzi), e quello della dama è cucito su misura».

La svolta quando arrivò?

«La seconda grande intuizione fu quella di portare in piazza, insieme al tortellino, un oste vero, il grande Giorgio Fini (1987)».

A seguire tantissimi altri personaggi famosi hanno vestito i panni dell'oste, classico mattarello in mano, per le vie del centro. Come li ha convinti?

«Vorrei sottolineare che hanno tutti partecipato spontaneamente, senza pretese: nessuno è stato mai pagato. Da Luigi Cremonini (Inalca) ai Panini (Giuseppe e poi Umberto), fino a Giorgio Guazza-

loca (allora sindaco di Bologna) e al grande chef Massimo Bottura.

Poi vari rappresentanti del mondo economico e della gastronomia scelti per la loro modeneseità o l'attaccamento alle tradizioni. Tra le dame, invece, vorrei citare Maddalena Fossati Dondero, direttrice della rivista *'La Cucina Italiana'* che ha promosso appunto la cucina italiana come patrimonio dell'Unesco. Una candidatura (accolta di recente, ndr) che come associazione abbiamo sostenuto insieme a Casa Artusi. I tortellini rappresentano in pieno questo patrimonio».

Il vostro patrimonio è il 'saper fare' unito alla ricetta tradizionale. Chi ne è il custode?

«È stata depositata nel 2000 alla Camera di Commercio. L'obiettivo è sempre stato tutelare origini e artigianalità del prodotto. Tanto è vero che quando la Camera di Commercio ci chiese poi di adoperarci perché voleva promuovere un tortellino a marchio Igp noi non fummo d'accordo nel trasformarlo in prodotto esclusivamente commerciale. L'idea non fu portata avanti anche perché lo volevano chiamare Tortellino di Modena. Ci fu il nostro no. Dissi: se la ciliegia è di Vignola e il pistacchio di Bronte allora il tortellino deve essere di Castelfranco...».

Su origini e ingredienti, par di capire, non si transige. Ma la ricetta non è mai cambiata nel tempo?

«Alcune evoluzioni ci sono state inserendo, nel ripieno, i prodotti del territorio Dop (prosciutto di Modena e Parmigiano reggiano 24 mesi) e Igp (mortadella di Bologna). C'è poi la lonza di maiale».

A questo proposito si ricorda ancora la disputa sul ripieno di pollo proposto qualche anno fa a Bologna, in occasione di San Petronio, come alternativa a chi non mangia maiale. Fu chiamato 'tortellino dell'accoglienza' ma più che sapori causò dissa-



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

27/02/2026

Pag. 29

BUON COMPLEANNO CARLINO MODENA

il Resto del Carlino

pori...

«Dopo quella vicenda incontrai monsignor Matteo Maria Zuppi e tutto si è poi risolto davanti a un piatto di (nostri) tortellini. Da allora la Curia di Bologna mangia per Natale i tortellini de La San Nicola. E lo scorso anno, in occasione della Sagra, Castelfranco Emilia ha conferito a monsignor Zuppi la cittadinanza onoraria».

Bologna ha dunque messo da parte ogni 'rivalità'?

«Direi che ormai abbia accettato il fatto che il tortellino sia di Castelfranco. In questo senso ci fu un importante passaggio con Ivo Galletti, patron della mortadella con l'Alcisa, allora gran prevosto della Dotta Confraternita del Tortellino di Bologna. Con lui si gettò la base per fare qui il Monumento al Tortellino, finanziato 20 anni fa appunto dalla Dotta insieme all'associazione La San Nicola e donato al Comune di Castelfranco. E da alcuni anni siamo invitati a Bologna per la manifestazione

del gusto a palazzo Re Enzo».

L'associazione La San Nicola nel tempo ha promosso anche altri eventi, ad esempio Motori & Sapori. Un binomio scontato?

«Sono le due anime del territorio, considerato che in zona ci sono eccellenze motoristiche, come Righini, Panini, Stanguellini. E tra le dame della Sagra abbiamo visto partecipare anche Cristina Perez, ad di Pagani».

Tra le tante iniziative, di cosa va più orgoglioso?

«Siamo prima di tutto una associazione legata al volontariato. Abbiamo sostenuto le scuole e la sanità, in particolare, con tante donazioni. Ricordo ancora quando ci telefonò il dottor Calandra che lavorava all'ospedale di Castelfranco e ci chiese una mano per abbattere i tempi delle mammografie. Poi tanta solidarietà post-sisma e dopo il Covid. La San Nicola ha anche promosso il gemellaggio del paese con Marktredwitz e ha avuto l'idea di segnalare all'amministrazione cittadini castelfranchesi da premiare per essersi distinti in vari ruoli all'estero».

Tornando alla storica Sagra, possiamo dire che Castelfranco è diventato l'ombelico (gastro-nomico) del mondo?

«I tortellini sono stati esportati in grandi manifestazioni, ad esempio le Olimpiadi di Londra mentre per il 75esimo anniversario della Ferrari due sfogline sono volate in America, poi il tour internazionale con la Pagani auto di San Cesario.

Sono state anche ospiti negli Emirati Arabi. Cinque anni fa La San Nicola ha dato vita all'associazione 'Maestre sfogline di Castelfranco Emilia' per valorizzare ulteriormente il loro ruolo. Parliamo di signore che danno gratuitamente il loro apporto, realizzando un prodotto di qualità, con sfoglia tirata a mano, e intanto socializzano. Da 4 anni abbiamo anche assunto due persone dalla Casa lavoro per dare loro una prospettiva al di fuori del carcere, di reinserimento nella società. E collaboriamo con l'istituto Spallanzani oltre a corsi rivolti ad alunni e anziani in casa di riposo».

Di cosa va più orgoglioso?

«Del fatto che il tortellino, da sempre, mette a tavola tutti, senza distinzioni. Come raccontiamo nel libro 'Rigorosamente in brodo di cappone' (scritto da Luca Degli Angeli) è riuscito a dare una identità al paese».

PRODOTTO ARTIGIANALE

«Ricetta depositata alla Camera di Commercio ma rifiutai il marchio Igp Con Bologna? Rivalità superata»



Sopra Giorgio Fini oste nel 1987 e il Monumento al Tortellino



La maestre sfogline da alcuni anni sono rappresentate da una loro associazione nata da La San Nicola per valorizzarne il ruolo. Sopra Degli Angeli



27/02/2026
Pag. 37

di Treviso
la tribuna

CORSA ALLO SCUDETTO

Pantere a caccia del nono tricolore per superare Bergamo in classifica

VILLORBA

La storia è lì, a un passo, e le pantere di Conegliano si preparano a inseguire il nono scudetto, un traguardo che significherebbe sorpasso in solitaria su Volley Bergamo e secondo posto assoluto nell'albo d'oro del campionato italiano femminile. Un obiettivo che pesa e che racconta la forza di un ciclo vincente capace di attraversare stagioni e rinnovarsi

senza perdere identità. Davanti a tutte resta l'Olimpia Teodora con 11 titoli conquistati tra il 1980 e il 1991, un'epoca irripetibile che ancora oggi rappresenta il riferimento storico.

Subito dietro c'è Bergamo con 8 scudetti, frutto di un dominio distribuito tra la metà degli anni Novanta e il 2011. Poi Conegliano, che dal 2016 ha costruito un percorso impressionante: otto titoli in me-

no di dieci anni, dal 2015-16 fino al 2024-25, con una striscia recente che certifica la supremazia delle Pantere nell'ultimo decennio.

Un eventuale nono tricolore non sarebbe soltanto un numero in più, ma il simbolo di un'era e di una continuità tecnica e societaria che ha trasformato il club in un modello, capace di coniugare investimenti, programmazione e mentalità vincente. La Prosecco Doc

ha già agganciato Bergamo, ora punta al sorpasso consapevole che ogni stagione aggiunge pressione e aspettative, perché difendere è sempre più difficile che conquistare e restare al vertice richiede fama, equilibrio e capacità di rinnovarsi.

Dietro restano i cicli storici di Audax Modena con 5 titoli, Reggio Emilia, Fini Modena e Matera tutte appaiate a 4, ma oggi la scena è tutta gialloblù: Conegliano non insegue solo un trofeo, bensì un posto definitivo nella leggenda della pallavolo italiana, con la consapevolezza che il nono scudetto significherebbe staccare Berga-

mo e restare sola al secondo posto di sempre, continuando a scrivere una pagina che ha già i contorni della storia. —

SA.T.

LE SQUADRE CON PIÙ SCUDETTI IN SERIE A1 F

Olimpia Teodora	11	1980-81, 1981-82, 1982-83, 1983-84, 1984-85, 1985-86, 1986-87, 1987-88, 1988-89, 1989-90, 1990-91
Bergamo	8	1995-96, 1996-97, 1997-98, 1998-99, 2001-02, 2003-04, 2005-06, 2010-11
Imoco	8	2015-16, 2017-18, 2018-19, 2020-21, 2021-22, 2022-23, 2023-24, 2024-25
Audax Modena	5	1953, 1956, 1957, 1958, 1959
Reggio Emilia	4	1964-65, 1965-66, 1966-67, 1967-68
Fini Modena	4	1968-69, 1969-70, 1971-72, 1972-73
Matera	4	1991-92, 1992-93, 1993-94, 1994-95
Spes Trieste	3	1980, 1981, 1982
Robur	3	1973-74, 1974-75, 1975-76
Siria Perugia	3	2002-03, 2004-05, 2006-07
Robursport Pesaro	3	2007-08, 2008-09, 2009-10

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Gli studenti e il mondo del lavoro È stato lanciato il progetto "P.E.R.A."

CASTELFRANCO ▶ NONANTOLA ▶ TERRE DEL SORBARA

Nonantola Scontro in Consiglio comunale dopo l'episodio di dicembre «Un altro crollo alle scuole Cervi» Ma poi la sindaca smentisce Fdi

di Manuel Santi

Nonantola «Tre giorni fa è caduto un altro piccolo calcinaccio, sono tematiche per cui bisogna agire insieme e celermente». A denunciare la caduta di una parte del controsoffitto delle scuole Fratelli Cervi è l'opposizione durante il consiglio comunale. Ma la sindaca Tiziana Baccolini ha subito risposto: «Siamo intervenuti nell'immediatezza ed abbiamo predisposto un sistema di codifica delle emergenze; non ci risulta nessun nuovo accadimento».

Nella giornata di ieri si è tenuto il consiglio comunale di Nonantola, e tra le diverse tematiche l'attenzione è tornata sugli avvenimenti dello scorso 8 dicembre, quando è caduta una tamponatura in cartongesso che comprendeva una parte del controsoffitto delle scuole elementari Fratelli Cervi. A riguardo, la sindaca Tiziana Baccolini ha illustrato la propria risposta scritta all'interrogazione posta dall'opposizione, guidata da Antonio Grella, capogruppo di Fratelli



Il precedente
A dicembre
è caduta
una parte
del
controsoffitto

d'Italia, che ha segnalato un altro avvenimento simile accaduto gli scorsi giorni: «Tre giorni fa ho imparato che è caduto un altro piccolo calcinaccio nella scuola elementare Fratelli

Cervi - annuncia Grella - e due sezioni delle Fratelli Cervi sono state spostate dalla loro aula in un'altra. La nostra è una preoccupazione genitoriale, come ho ribadito ieri in con-



Tiziana Baccolini
La sindaca
di Nonantola

siglio, queste sono tematiche a cui lavorerò celermente ed insieme, buttando via le bandiere e gli schieramenti politici, ricordandosi che si tratta della tutela dei bambini e del personale. Inizialmente ci è stato detto che non erano arrivate segnalazioni e che tramite Nonantola avrebbero associato dei colori ai codici di intervento in base alla gravità: rosso, giallo e verde. Per un avvenimento simile avranno messo con un colore che a nostro avviso non è corretto per la caduta di un oggetto da altezza superiore ai due metri», conclude Grella.

Sempre durante il Consiglio, a riguardo, è arrivata la risposta della sindaca di Nonantola Baccolini: «Nella risposta all'interrogazione si sono ripercorsi tutti gli interventi che il comune ha fatto nella scuola, intervenendo nell'immediatezza dopo che è caduta una tamponatura in cartongesso che copriva gli scarichi del water del piano superiore e che è stata ricostruita. Nei giorni successivi abbiamo tolto completamente quella tam-

ponatura in cartongesso e ispezionato quello che era nel bagno sull'altra ala della scuola, con le stesse caratteristiche, lavorando anche nei giorni festivi e durante il periodo natalizio», afferma Baccolini.

Durante il consiglio comunale si è anche tenuta una commissione consigliare alla presenza dell'amministratore unico di Nonantola s.r.l. nella quale «è stato predisposto un nuovo modello concordato con la dirigenza della scuola di una nuova codifica delle segnalazioni. L'istituto fa le segnalazioni, ed il servizio manutenzione le prende a carico e ad assegna un colore in base alla gravità: rosso per le necessità di intervento immediato e

**Botta e risposta
Grella: «Tre giorni fa un nuovo cedimento»
Baccolini: «Non ci risulta nessuna segnalazione»**

verde per segnalazioni che hanno bisogno di un intervento ma non costituiscono pericolo, come la rottura di una maniglia di una porta. «Spiega il primo cittadino di Nonantola - Sugli avvenimenti recenti, invece, ho comunicato che oggi avrei fatto una verifica, ma la scuola non ha segnalato nulla al servizio manutenzioni. Non so se quello che viene riportato è realmente successo perché a noi non è stato segnalato nessun nuovo accadimento», conclude Baccolini. ●

Gli studenti e il mondo del lavoro È stato lanciato il progetto "P.E.R.A."

Ravarino Coinvolti 48 ragazzi delle scuole medie Tina Anselmi



Patrizio Piga
Assessore
a Pubblica
Istruzione
e Politiche
per l'infanzia

Ravarino Presentare agli studenti il territorio e le sue opportunità lavorative attraverso laboratori organizzati da aziende locali. L'idea è partita dall'Assessorato alla Pubblica Istruzione del Comune in collaborazione con l'Istituto Comprensivo di Ravarino e riguarderà quarantotto ragazzi e ragazze della scuola secondaria di primo grado Tina Anselmi.

Il progetto si chiama P.E.R.A., un acronimo che sposa una frutticoltura tipica del territorio e l'accompagnare, oltre, alla scoperta

dell'innovazione e delle relazioni tra i settori produttivi: Piping, Elettronica, Robotica, Agroalimentare, queste la parole che si nascondono dietro la sigla. "Piping", sicuramente la meno nota, è il termine inglese usato per riferirsi alla produzione di tubi e raccordi tubolari: un settore che vede la T. Erre di Ravarino tra i principali protagonisti mondiali.

Perché parlare di tubi? In un territorio agricolo servono per portare l'acqua e si ritrovano con diverse forme e dimensioni nei trattori, oggi

indispensabili per lavorare la terra: nulla nasce dal nulla. Elettronica e Robotica sono trasversali a tutti i processi produttivi e rappresentano esse stesse settori in rapida evoluzione che è importante conoscere e comprendere: dalle trivelle per realizzare pozzi, ai nastri trasportatori delle catene di montaggio fino ai macchinari del settore tessile. Non poteva mancare la "A" di agroalimentare, che vede a Ravarino la presenza di due aziende fortemente radicate nella tradizione delle eccellenze agricole

Di cosa si tratta
L'obiettivo è presentare agli studenti il territorio e le sue opportunità lavorative attraverso laboratori organizzati da aziende locali



locali: Conserve Italia e Conserve della Nonna del Gruppo Fini. In tutto, sono cinque le imprese coinvolte nel progetto: a quelle già citate, si aggiungono Sroci Perforazioni, storica azienda locale, e Stone Island, marchio della

moda con sede a Ravarino e conosciuto in tutto il mondo. I laboratori inizieranno il 3 marzo e si concluderanno il 27 maggio. Gli incontri si terranno, con cadenza settimanale e bisettimanale, dalle 14.30 alle 16.30. ●

Partono gli open day negli asili nido

Castelfranco Negli ultimi anni i posti sono diventati oltre duecento

Castelfranco Tornano gli open day dei nidi comunali, un momento di incontro pensato per accompagnare le famiglie nella scelta di un servizio educativo fondamentale per la crescita dei più piccoli. Nel mese di marzo sarà possibile visitare i servizi Arcobaleno - Girandola (2 marzo, dalle 17 alle 19), Maggiolino (23 marzo, dalle 17 alle 19) e Girasole di Piumazzo (25 marzo, dalle 17 alle 19), conoscere gli spazi, approfondire il progetto pedagogico e dialogare con educatrici e personale in vista, il 23 marzo, dell'apertura



L'obiettivo degli open day
Conoscere gli spazi, approfondire il progetto e dialogare con educatori

ra delle iscrizioni per il prossimo anno educativo.

Negli ultimi anni il Comune di Castelfranco ha portato avanti un investimento costante sui servizi per la prima infanzia, aumentando in modo significativo la disponibilità dei posti. Se nell'anno educativo 2021/2022 erano 146, nel 2023/2024 sono diventati 186, nel 2024/2025 hanno raggiunto quota 200 e nell'anno in corso, 2025/2026, sono diventati 206. Un percorso di crescita che testimonia una scelta politica chiara: rafforzare i servizi educativi e sosten-

ere le famiglie, tradotto in un aumento, in termini percentuali, del 40% in quattro anni.

«Abbiamo lavorato per ampliare l'offerta dei nidi e garantire a sempre più bambini un servizio educativo di qualità - sottolinea il vicesindaco con delega alla scuola Alessandro Salvetti - e passare da 146 a 206 posti in pochi anni certifica il risultato di una programmazione attenta e di investimenti mirati. Crediamo che la scuola dell'infanzia e i servizi 0-3 siano un pilastro della comunità». ●

Bastiglia Aree verdi, a marzo via gli sfalci

Bastiglia Partirà a metà marzo la nuova stagione di manutenzione delle aree verdi del territorio comunale, programmata nell'ambito dell'intesa siglata dall'Unione dei Comuni del Sorbara con le associazioni Confagricoltura e Coldiretti.

Per il 2026 sono previsti sette sfalci complessivi, distribuiti tra marzo e dicembre. Le date indicate rappresentano una pianificazione di massima: in caso di condizioni meteo avverse, il Servizio Tecnico Ambient-

te Manutenzioni potrà apportare modifiche. Questo il calendario degli sfalci: il primo sfalcio è previsto dal 16 al 30 marzo in tutte le aree verdi; il secondo dal 13 al 30 aprile e il terzo dal 18 maggio al 4 giugno.

«Interventi aggiuntivi - informano dal Comune - sui parchi gioco se necessario verranno fatti dal 6 al 23 luglio nelle aree primarie, quindi parchi e aiuole; dal 24 agosto al 10 settembre; dal 12 al 27 ottobre e infine dal 23 novembre al 10 dicembre». ●

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



supporto di **NIQ**

MERCATI | DMM

Nei derivati del **pomodoro** vengono valorizzate le filiere premium

di Jessika Pini



18 DM MAGAZINE

Il mercato registra una sostanziale tenuta dei consumi, ma le strategie dei player si spostano con decisione verso l'origine certificata, la sostenibilità e l'innovazione di processo per contrastare il calo dei prezzi medi.



Il mercato dei derivati del pomodoro in Italia ha raggiunto un fatturato di quasi 835 milioni di euro nell'anno terminante il 28 dicembre 2025, registrando un calo del giro d'affari dell'1,6%. La decrescita a valore viene accompagnata da trend pressoché flat a volume (+0,1%) e a confezioni (-0,4%) per un totale di 463 milioni di litri e 728 milioni di unità vendute. «In questo contesto – afferma **Elena Pezzotti di NIQ** – è il calo del prezzo medio al litro (1,80€; -1,6%) ad aver impattato negativamente sulle performance a valore. L'intensità promozionale rimane sostanzialmente stabile al 39,6% a volume (+0,4%), mentre l'assortimento medio è di 43,4 referenze e registra una crescita dell'1,6% (dati NIQ, totale Italia, Iper+Super+Liberi servizi+Discount)».



AREE GEOGRAFICHE E CANALI DISTRIBUTIVI

I macro-andamenti individuati a totale Italia trovano riflesso anche a livello di aree geografiche, con l'Area 4 che ha inciso maggiormente sulle dinamiche di categoria: con la sales location a volume maggiore (37%), registra una decrescita delle vendi-





MIGLIORARE L'AWARENESS DEI PRODOTTI

La strategia del **Gruppo Fini** nel 2026 si concentrerà sull'awareness e sul trial di prodotto per far conoscere ai consumatori la qualità e le proprietà distintive delle passate. «Lavoreremo in particolar modo su due fronti - spiega Lorenza Baretti -: sul punto vendita, con attività dedicate a migliorare la visibilità a scaffale, a favorire il sell-out e il cross-selling tra le varie categorie nelle quali siamo presenti, e sui canali social anche con il coinvolgimento di food creator e influencer specializzati nel mondo food, con l'obiettivo di mettere in luce le caratteristiche dei prodotti e mostrando applicazioni in cucina sia tradizionali che più insolite».

te a valore (-1,6%), a volume (-0,1%) e ad unità. Seconda in classifica con una sales location a volume del 26,7%, l'Area 3 mostra una flessione a valore dell'1,7%, ma vede aumentare lievemente i volumi (+0,7%) e le confezioni (+0,05%). Terza in graduatoria è l'Area 1, con una quota delle vendite a volume del 22,4%, che registra trend tutti di segno negativo: -1,9% a valore, -0,5% a volume e -1,2% a confezioni. Infine, l'Area 2, con una sales location a volume più contenuta del 13,9%, evidenzia variazioni del venduto di -0,7% a valore, +0,5% a volume e -0,5% a confezioni. «Tra





Elaborazione DM su dati NIQ, totale Italia, Iper+Super+Liberi Servizi+Discount, a.t. 28/12/2025

MERCATI | DMM

Elaborazione DM su dati NIQ, totale Italia, Iper+Super+Liberi Servizi+Discount, a.t. 28/12/2025



PESO SEGMENTI E TREND (%)

	Val.	Vol.
 Passata	58 (+1,2)	65,6 (+3)
 Polpa	22,5 (-6,1)	19,4 (-5,9)
 Pelati e pomodorini	14,2 (-6,4)	13,5 (-4,6)
 Concentrati	5,2 (+3,6)	1,5 (+3,9)

i canali – prosegue Elena Pezzotti – i super si posizionano al primo posto per sales location a volume (42,5%), registrando un lieve calo del giro d'affari (-0,3%), controbilanciato da una crescita in controtendenza di volumi e confezioni (+1,9% e +1,8%). La medaglia d'argento per quota di mercato spetta ai discount (27,4%), canale che si contraddistingue però per performance di segno negativo (-3,9% a val., -1,8% a vol. e -2,8% a conf.). Gli iper contribuiscono a generare il 18,7% delle vendite a volume, con trend di crescita dello 0,5% a valore, dell'1,4% a volume e dell'1,2% ad unità. I liberi servizi, con una sales location a volume dell'11,4%, registrano le performance peggiori: -5,1% a valore, -3,9% a volume e -4,1% a confezioni».

ANDAMENTO DEI SEGMENTI

Il mercato dei derivati del pomodoro per contributo a volume si compone dei seguenti segmenti: passata di pomodoro (65,6%), polpa di pomodoro (19,4%), pelati e pomodorini (13,5%) e concentrati di pomodoro (1,5%). «Il segmento delle passate di pomodoro, rappresentando più della metà del venduto, influisce preponderantemente sulle dinamiche di mercato e registra trend positivi a valore (+1,2%), a volume (+3%) e ad unità (+1,9%) – precisa



SCHEDE PRODOTTI

CASALASCO/POMI

Nome prodotto: Polpa di Pomodoro Datterino

Caratteristiche: polpa ottenuta esclusivamente da pomodoro datterino 100%. Formato da 500 g.



CONSERVE ITALIA/CIRIO

Nome prodotto: Vellutata Dolce Datterino Giallo di Sicilia

Caratteristiche: la tipica delicatezza della bacca siciliana si gusta in una vellutata cremosa e naturalmente dolce, senza aggiunta di zuccheri, nella bottiglia in vetro da 350 g.



GRUPPO FINI/LE CONSERVE DELLA NONNA

Nome prodotto: Pomodoro dell'Emilia-Romagna senza sale

Caratteristiche: solo pomodoro dell'Emilia-Romagna, lavorato appena raccolto e nient'altro, ideale per essere personalizzato a piacere e per una dieta più equilibrata e povera di sodio.



VALORIZZARE I "SAPORI DI UNA VOLTA"

Petti, brand di Italian Food, è il pomodoro ufficiale di Casa Italia durante le Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026. Il brand si propone come ambasciatore della qualità toscana e italiana nel mondo: «Il progetto Petti - spiega Pasquale Petti - nasce per valorizzare la filiera toscana del pomodoro che prima era considerata un cuscinetto in base all'andamento della campagna di raccolta nelle altre regioni, con bacini più ampi come Emilia-Romagna e Puglia. C'è inoltre una forte attenzione al gusto autentico, il cosiddetto "sapore di una volta" ottenuto attraverso l'esclusivo metodo a bassa temperatura Cold Break, che permette di conservare il colore rosso vivo e il sapore del pomodoro come se fosse appena raccolto».

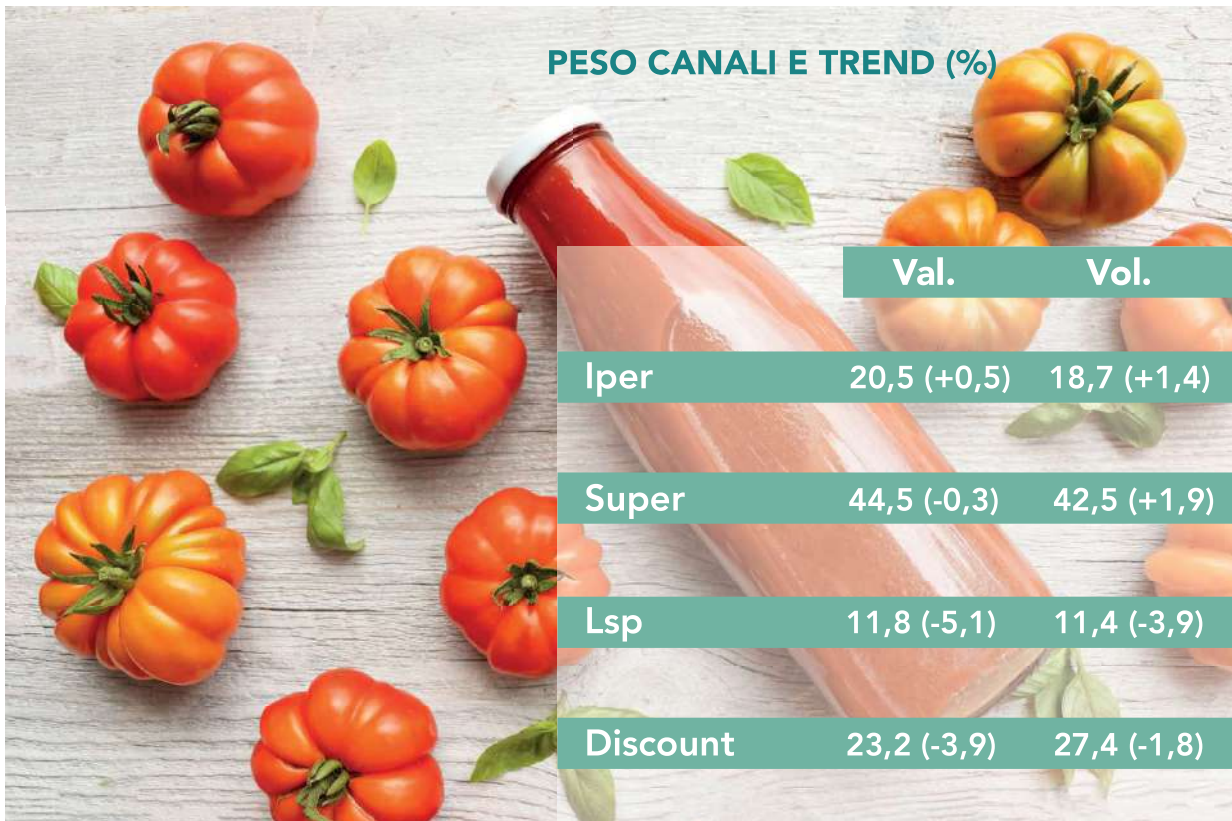
Elena Pezzotti -. Dietro queste performance si celano una spinta promozionale del 44,5% (+1,4%) e assortimentale (15,7 sku; +3%). Sicuramente la proposition principale delle passate di pomodoro in bottiglia/vaso (quota vol. 58,6%) ha giocato un ruolo di cruciale importanza, registrando trend di segno positivo (+1,1% a val., +1,8% a vol. e +1,6% a conf.). Ma sono le passate di pomodoro in brick (quota vol. 6,7%) a essersi con-



traddistinte per le performance dell'ultimo anno terminante con un incremento del 3,2% a valore, del 14,2% a volume e del 4,5% a confezioni». Il segmento delle polpe di pomodoro, secondo per contributo a volume, registra trend opposti rispetto a quanto visto per le passate; a causa del calo promozionale del 2,5% (int. promo. vol. 35,5%), infatti, flettono le vendite a valore (-6,1%), a volume (-5,9%) e a confezione (5,5%). La perdita non colpisce le sole polpe in lattina, in qualità di sottosegmento principale (quota vol. 16,2%), ma anche le polpe in vetro e brick. Segue il segmento dei pelati e pomodorini che,



MERCATI | **DMM**



Elaborazione DM su dati NIQ, totale Italia, Iper+Super+Liberi Servizi+Discount, a.t. 28/12/2025



come il precedente, vede diminuire le vendite rispetto allo scorso anno (-6,4% a val., -4,6% a vol. e -3,3% a conf.). Anche in questo caso, il principale responsabile della perdita è rappresentato dalle promozioni, la cui intensità si riduce dell'1,8%. Infine, i concentrati di pomodoro, nonostante la loro marginalità, registrano performance di segno positivo (+3,6% a val., +3,9% a vol. e +4% a conf.) grazie al contributo congiunto di promozioni (int. promo. vol. 6,3%; +1,5%) e assortimento (2,7 sku; +2,7%).

ATTENZIONE ALL'ORIGINE E ALLA FILIERA

In un mercato maturo come quello dei derivati del pomodoro in Italia, dove i volumi si mantengono sostanzialmente stabili, l'attenzione dei consumatori si sposta progressivamente verso il valore aggiunto. Emerge infatti una forte sensibilità per l'origine italiana della materia prima e per la distintività della filiera, come confermato dalle strategie dei principali player del settore. **Roberto Morelli, direttore vendite Italia di Pomì, De Rica e Pummarò**, sottolinea come l'assetto societario di Casalasco renda il Gruppo una vera e propria filiera integrata: «Casalasco è espressione di un consorzio di 800 agricoltori conferenti la materia prima necessaria per le produzioni e questo rende il Gruppo la prima filiera del pomodoro da industria a livello europeo, che ingloba ogni fase produttiva, dalla selezione del seme delle piante di pomodoro-



ELEVARE LA CATEGORIA DALLO STATO DI COMMODITY

L'innovazione sta diventando un elemento chiave anche in un comparto tradizionale come le conserve rosse. Lo conferma **La Doria**, azienda fortemente orientata alle private label: «Nuovi formati, ricette più naturali e packaging sostenibili - sottolinea Diodato Ferraioli - stanno trainando lo sviluppo dei segmenti premium, rispondendo a una domanda sempre più attenta alla qualità e all'ambiente. Sebbene molte innovazioni si siano rivelate estensioni temporanee di gamma, alcuni prodotti, come la polpa fine o il ciliegino, hanno consolidato la loro presenza, apportando valore aggiunto al mercato. Anche nel 2026 continueremo a investire in innovazione, lavorando sia sulla ricerca di nuovi ingredienti e ricette, sia su progetti che migliorino ulteriormente la qualità e la sostenibilità dell'offerta».



Le Conserve della Nonna: il sapore vero del pomodoro coltivato, raccolto e lavorato come una volta.



Due nuove passate,
nate in Emilia, per celebrare
la cucina italiana più autentica.

Le Conserve della Nonna da sempre sinonimo di tradizione, genuinità e prodotti buoni come fatti in casa, presenta due novità che parlano di autenticità, territorio e innovazione.

La **Passata di Pomodoro Lungo d'Emilia**, un prodotto che valorizza il lavoro dei produttori locali e racconta la storia di chi lo coltiva, attraverso un progetto di filiera esclusiva, che punta a rafforzare

il legame col territorio, partendo dalla selezione di un varietà speciale di pomodoro, coltivata in un'area ristretta a ridosso dello stabilimento di Ravarino, dove pochi agricoltori selezionati lo seguono dalla semina alla raccolta. I pomodori vengono colti al giusto grado di maturazione e lavorati entro poche ore. Il risultato è un prodotto che conquista al primo assaggio, con un packaging premium e una tracciabilità totale grazie al QR code

in etichetta che mostra passo dopo passo il viaggio del pomodoro, dal campo al vasetto e che permette di conoscere i luoghi e i volti che rendono unica questa passata. Di una qualità senza compromessi e naturalezza allo stato puro è anche la **Passata "Senza Sale Aggiunto"**, realizzata con soli pomodori dell'Emilia-Romagna. Ideale per chi cerca un gusto pulito, autentico, essenziale, è un prodotto che lascia parlare la materia prima, offrendo un'alternativa perfetta per chi segue una dieta a basso contenuto di sodio o desidera ricette personalizzabili al 100%.



www.leconserveellanonna.it



ro fino al prodotto finito. Nel 2025 alla filiera del pomodoro si è affiancata anche quella del basilico». Anche il Gruppo Fini punta sulla provenienza del pomodoro, utilizzando esclusivamente pomodoro dell'Emilia-Romagna raccolto a poca distanza dallo stabilimento. «Nel corso della scorsa campagna – spiega **Lorenza Baretta, brand manager de Le Conserve della Nonna** – abbiamo implementato un progetto di filiera esclusivo, che punta a rafforzare il legame col territorio, partendo dalla selezione di una varietà speciale di pomodoro, coltivata in un'area ristretta a ridosso dello stabilimento di Ravarino (Mo), dove pochi agricoltori selezionati lo seguono dalla semina alla raccolta. I pomodori vengono colti al giusto grado di maturazione e lavorati entro poche ore. Il risultato è un prodotto con una tracciabilità totale grazie al Qr code in etichetta». L'impegno per il territorio e l'origine si fonde oggi indissolubilmente con la sostenibilità, intesa sia come tutela delle risorse sia come innovazione di processo per ridurre l'impatto ambientale. **Conserve Italia** è impegnata in

IL PUNTO DI VISTA DELLA DISTRIBUZIONE: DESPAR ITALIA

In Despar Italia il mercato dei derivati del pomodoro ha chiuso complessivamente in linea con l'anno precedente. Il risultato è stato sostenuto dalle performance positive dell'industria di marca, tranne che per i segmenti dei concentrati del pomodoro (dove la private label ha registrato una crescita rilevante) e della polpa di pomodoro, in parziale controtendenza con l'andamento del segmento che ha chiuso l'anno in flessione del 4% a valore. «Di fronte a volumi che in un mercato maturo come quello italiano tendono a restare stabili, emergono opportunità di crescita sul fronte del valore – afferma **Ines Gaballo, product manager drogheria alimentare - scatolame di Despar Italia** – con segmenti come il premium, il biologico e i prodotti di origine certificata o da filiera corta. In questo contesto si inseriscono anche quelli con caratteristiche distintive, come l'assenza di nichel, il ridotto contenuto di zuccheri o di sale, oppure che puntano su processi produttivi ecocompatibili e sulla riduzione dell'impatto carbonico lungo la filiera. Quindi stiamo approfondendo la possibilità di evolvere la nostra offerta con referenze che rispondano alle nuove sensibilità alimentari e di ampliare la gamma dei concentrati con prodotti capaci di coniugare praticità d'utilizzo ed elevati standard qualitativi».



MERCATI | **DMM**

IL PUNTO DI VISTA DELLA DISTRIBUZIONE: TODIS

Nei punti vendita Todis l'andamento è in linea con i dati relativi ai discount in Area 3 Nielsen. Nel complesso, la passata rimane il segmento più resiliente, mentre polpa, pelati e pomodorini risentono maggiormente della pressione sui consumi tipica di una categoria commodity. «Il fattore promozionale - afferma **Andrea Diotallevi, buyer derivati del pomodoro e conserve vegetali di Todis** - ha un'incidenza significativa nella Gdo tradizionale, mentre nel canale discount, al quale Todis appartiene, riveste un ruolo meno centrale. Il nostro modello si basa infatti su una logica di everyday low price. In questo contesto, le principali opportunità di sviluppo riguardano: la valorizzazione del rapporto qualità-prezzo, la chiarezza dell'offerta e dell'origine delle materie prime e la capacità di intercettare un consumatore sempre più attento, ma orientato alla convenienza. Per natura, l'assortimento di Todis è in massima parte Mdd, la cui quota nella categoria è cresciuta rispetto al 2024. La marca industriale viene gestita in modo selettivo, in funzione delle occasioni di mercato, attraverso attività in/out e, in alcuni casi, come opportunità di approvvigionamento».



tutte le fasi della filiera, dalla ricerca di nuove varietà maggiormente resistenti agli stress climatici, tramite la propria società sementiera Tera Seeds, fino ai progetti di recupero e di valorizzazione dei sottoprodotti di lavorazione (ne recupera 60mila tonnellate all'anno, tra cui le buccette del pomodoro). «In particolare, quest'anno - dichiara **Chiara Spagna, marketing manager** dell'azienda - stiamo completando gli interventi del nostro Piano industriale che riguardano l'installazione di cinque nuovi evaporatori a ricompressione meccanica nei nostri quattro stabilimenti di pomodoro, un investimento da 25 milioni di euro. Questo intervento ci consentirà un miglioramento qualitativo nel processo produttivo delle passate e una riduzione di 12mila tonnellate di Co2 all'anno, oltre a portare benefici ai nostri addetti che lavorano negli stabilimenti durante le campagne di trasformazione del pomodoro».

UNO SCAFFALE MOLTO COMPETITIVO

La valorizzazione delle filiere di qualità rappresenta la tendenza dominante dei derivati del pomodoro: «I consumatori - conferma **Diodato Ferraioli, chief commercial officer de La Doria** - oltre all'origine, sono sempre più attenti all'equilibrio nutrizionale dei prodotti e privilegiano proposte con ridotto contenuto di sale, "free from" e biologiche. Anche il packaging gioca un ruolo centrale: il consumatore richiede soluzioni sempre più sosteni-



bili, riciclabili e con un minore impatto ambientale. Su questi temi il trade internazionale ha compiuto significativi passi avanti, sviluppando negli anni una reale sensibilità e una maggiore attenzione verso la qualità complessiva della filiera». Se da un lato l'origine e il profilo nutrizionale spingono il valore, dall'altro la leva del prezzo resta cruciale, come evidenziato dai dati NIQ. «Le attività promozionali rimangono un importante driver d'acquisto per i consumatori, una leva a cui nessuno può sottrarsi per crescere nel mercato – puntualizza **Pasquale Petti, direttore generale di Gruppo Petti - Italian Food** –. Riteniamo tuttavia che sia necessario concordare iniziative promozionali mirate e corrette che diventino in primis un veicolo pubblicitario per far provare e apprezzare il prodotto e fidelizzare il consumatore. Quello dei derivati del pomodoro è, quindi, un mercato che valorizza sempre di più progetti di qualità, ma che non può sottrarsi alle politiche promozionali, talvolta eccessivamente aggressive».

PUNTARE SULL'INNOVAZIONE COME DRIVER DI CRESCITA

Il gruppo industriale **Casalasco** punta sull'innovazione come driver di crescita e lo scorso novembre ha inaugurato, presso lo stabilimento di Fontanellato (Pr), un Innovation Center per lo sviluppo di nuovi prodotti, migliorare i processi, ridurre l'impatto ambientale e favorire il benessere delle persone che lavorano in azienda. «Con una superficie di circa 1.000 mq – illustra Roberto Morelli –, all'interno dell'Innovation Center trovano spazio: un laboratorio e una cucina sperimentale, cuore pulsante della struttura, dove vengono sviluppate nuove ricette e testate soluzioni di prodotto presentate al visitatore nella sala degustazione; un auditorium multifunzionale destinato a incontri, eventi e attività formative, e uffici e aree comuni, progettati per favorire il benessere e la creatività delle persone».

MERCATI | **DMM**

SCHEDE PRODOTTI

ITALIAN FOOD/PETTI

Nome prodotto: La Completa - Polpa Fine ai 6 Pomodori

Caratteristiche: dopo la passata, Petti amplia con una nuova referenza la gamma La Completa, frutto di una selezione rigorosa e della trasformazione dei migliori pomodori coltivati nelle sei regioni italiane più iconiche per tradizione conserviera: Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Lazio, Campania e Puglia.



LA DORIA

Nome prodotto: Passata di pomodoro

Caratteristiche: da pomodori del Sud, cotti a bagnomaria, come nella migliore tradizione italiana, si ottiene un prodotto dalla consistenza cremosa e omogenea e dal sapore naturalmente dolce adatto per ogni ricetta che preveda tempi di cottura brevi.



CONSERVE > MARMELLATE E CONFETTURE

GRUPPO FINI – LE CONSERVE DELLA NONNA

Tradizione e territorio sono i segni distintivi del brand

Il mercato delle confetture sta attraversando una fase di trasformazione, in cui la componente salutistica e l'attenzione ai valori nutrizionali stanno modificando le scelte dei consumatori. In questo contesto, il Gruppo Fini guarda al 2026 con la volontà di consolidare la propria posizione in un mercato dove le marmellate tradizionali, pur restando centrali, mostrano andamenti alterni a vantaggio delle referenze senza o a ridotto contenuto di zuccheri. "Uno degli elementi distintivi del nostro approccio – spiega **Lorenza Baretto, Brand manager Le Conserve della Nonna** – è da sempre la scelta rigorosa delle materie prime. Utilizziamo frutta e ingredienti regionali o comunque italiani, spesso lavorati subito dopo la raccolta. Una scelta che rafforza la percezione di qualità, origine certa e sostenibilità, ma che ci espone anche

alle difficoltà legate alla reperibilità delle materie prime e alle oscillazioni dei costi in caso di stagioni agricole sfavorevoli. Il legame con il territorio, in questo senso – precisa Baretto – rappresenta allo stesso tempo un punto di forza e una sfida gestionale".

A livello aziendale, il 2025 è stato un anno importante soprattutto per il rinnovamento dell'immagine. Le Conserve della Nonna si sono presentate con una nuova veste grafica delle etichette, con l'obiettivo di comunicare in modo più chiaro i valori del marchio e la sua distintività, migliorando la riconoscibilità a scaffale. Parallelamente, l'innovazione di prodotto si è concentrata sull'ampliamento della proposta di confetture regionali: accanto alla gamma storica realizzata con frutta dell'Emilia-Romagna ed alte percentuali di frutta, sono stati introdotti tre gusti con una forte



Lorenza Baretto, Brand manager
Le Conserve della Nonna

caratterizzazione territoriale: pesca di Romagna Igp, arancia di Sicilia e fichi di Puglia. Guardando al 2026, l'azienda ha anticipato che presto lancerà una gamma da affiancare a quella tradizionale, con l'obiettivo di rispondere in modo ancora più puntuale alle nuove esigenze del consumatore in questo comparto.

TOP PLAYERS	Gruppo Fini	Hero Italia	Le Bontà	Luxardo	Menz&Gasser
Fatturato azienda (€)	100 mln (2024)	54 mln (2023)	30 mln (2025)	47 mln (2024)	302 mln (2025)
Marchi	Le Conserve della Nonna, Fini	Hero, Hero Light, Hero di Stagione, Corry	I Toscanacci, Accademia Toscana, Nuova Terra, F.lli Chiaverini	Luxardo	Menz&Gasser
Canali	Gdo 65%, Normal trade 20%, Export 15%	Gdo 78%, Horeca 15%, Nt 5%, Online 2%	Gdo, Normal trade	Gdo, Horeca, dettaglio specializzato	Gdo, Horeca, Pasticceria, Industria
Top SKU	 Le Conserve della Nonna confettura di prugna dell'Emilia-Romagna	 Hero Light	 Confettura extra more di rovo selvatico	 Confettura extra di Marasche	 Edel, confettura extra albicocca

16/03/2026
Pag. 122 N.2 - febbraio 2026



CONSERVE > MARMELLATE E CONFETTURE

VALSOIA

Santa Rosa al via il restyling della linea classica

Il 2025 per Santa Rosa era partito positivamente ma è stato condizionato da una seconda parte dell'anno in cui gli elevati aumenti di costo delle materie prime e, in alcuni casi, le difficoltà di reperibilità delle stesse, hanno complicato lo scenario. "L'auspicio è che il 2026 porti un progressivo rientro di questa situazione (i primi segnali da questo punto di vista sono incoraggianti), così da agevolare un recupero dei consumi. In questo scenario - afferma **Lorenzo Vannucci, Senior marketing manager Italia Valsoia** - Santa Rosa ha mantenuto inalterate le proprie posizioni a scaffale e non ha mai smesso di investire in comunicazione tv, continuando a recitare un ruolo chiave per i consumatori della categoria. Da questo punto di vista - spiega Vannucci - sarebbe utile che il trade strutturasse l'offerta in modo più razionale, valorizzando maggiormente le

marche che investono in comunicazione. Oggi, infatti, uno dei principali limiti resta la gestione dello spazio a scaffale, che non sempre riflette l'ampiezza reale delle gamme dei produttori e penalizza la visibilità di alcune proposte. Quest'ultimo aspetto è evidenziato anche dai consumatori che, come emerge dalle nostre ricerche, vorrebbero trovare a scaffale una gamma Santa Rosa più ampia e profonda". Guardando al 2026, l'azienda concentrerà gli sforzi sul perfezionamento della distribuzione delle confetture classiche, affiancandole in modo sempre più strutturato alla linea Santa Rosa Zero. In parallelo prosegue il restyling grafico della linea classica, avviato nella parte finale del 2025: un rinnovamento che mantiene l'iconicità del marchio, ma ne aggiorna il linguaggio visivo rendendolo più in sintonia con l'evoluzione dei codici dello scaffale.

NOVITÀ DI PRODOTTO



Gruppo Fini
Le Conserve della Nonna marmellata di arancia di Sicilia



Le Bontà
F.lli Chiaverini & C. Solo Frutta



Valsoia
Santa Rosa Zero

Selling proposition	Premium	Premium	Premium
Posizionamento	Frutta regionale, 70% di frutta, con scorzette	Composta di fragole e fragoline di bosco senza zuccheri aggiunti	Confettura di arance a ridotto contenuto calorico, consistenza morbida e vellutata
In commercio da	Novembre 2025	Dicembre 2025	Dicembre 2025
Formato	350 g	320 g	320 g

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



GUIDA BUYER

Speciale conserve

A cura di Eleonora Davoli

Salse, passate, legumi in scatola e specialità a base di verdure, funghi, olive e pesce. Prodotti innovativi, realizzati con materie prime di qualità, pronti a conquistare sempre più spazio sugli scaffali della Gdo.

LEGUMI IN SCATOLA:

IL COMPARTO VALE OLTRE 1.2 MILIARDI DI EURO

I legumi in scatola non sono solo un alleato della sana alimentazione, ma anche un motore economico di primo piano. Lo conferma Anicav, Associazione nazionale industriali conserve alimentari vegetali, che ha diffuso i dati aggiornati su produzione, consumi e mercati esteri. Nel 2025 il comparto ha superato 1,2 miliardi di euro di fatturato, in crescita del 3% rispetto all'anno precedente. L'export rappresenta circa il 58% del totale, con un valore di quasi 700 milioni di euro e un aumento sia in valore sia in volume (circa +4%), confermando il forte apprezzamento dei prodotti italiani sui mercati internazionali. Anche i consumi interni mostrano un andamento positivo, con incrementi sia nei volumi sia nel valore. I fagioli in scatola si confermano il prodotto più venduto, coprendo circa il 42% del mercato delle conserve vegetali, al netto delle conserve rosse.

IL MERCATO DEI DERIVATI DEL POMODORO

Nel 2024, in Italia, sono state vendute 466,9 milioni di unità di prodotti derivati dal pomodoro, per un valore complessivo di 846 milioni di euro, con una lieve contrazione dello 0,9% rispetto all'anno precedente.

Tra le diverse categorie, i concentrati mostrano la crescita più significativa (+3,1% in volume e +2,8% in valore), mentre la passata continua a crescere moderatamente (+2,2% volume, +2,0% valore), confermandosi il prodotto di riferimento per i consumatori. Al contrario, pelati e pomodorini registrano un calo del 5,9% in volume e del 6,3% in valore, mentre la polpa subisce la flessione più marcata (-7,1% volume, -5,6% valore), a indicare una preferenza crescente verso prodotti pronti all'uso.

Dal punto di vista geografico, il Sud Italia domina il mercato con il 39,3% del volume e il 34,3% del valore, seguito da Centro e Sardegna (25,5% del volume) e Nord-Ovest (22% del volume).

Per quanto riguarda i canali di vendita, i supermercati rimangono predominanti, con il 56,3% del volume e il 60% del valore, seguiti dal discount (24,3% volume, 19,5% valore), dagli ipermercati (7,8% volume) e dai LSP (11,6% volume, 12,3% valore). Questo conferma la centralità dei supermercati e l'importanza strategica del discount nel mercato italiano.

Secondo i dati pubblicati da Circana, inoltre, i principali player del mercato sono: Mutti, Conserve Italia e Consorzio Casalasco. Insieme coprono il 43,2% del mercato. La private label, invece, copre il 30,2% del comparto.

MERCATO - Dimensioni e trend - Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount - 2025

	Vendite in volume	Var. % vendite in volume su anno prec.	Vendite in valore	Var. % vendite in valore su anno prec.
DERIVATI DEL POMODORO	466.920.328	-0,9%	846.062.391	-0,9%
CONCENTRATI DI POMODORO	7.918.097	3,1%	50.726.446	2,8%
PASSATA DI POMODORO	305.617.043	2,2%	487.772.939	2,0%
PELATI E POMODORINI	63.621.070	-5,9%	120.409.396	-6,3%
POLPA DI POMODORO	89.764.118	-7,1%	187.153.610	-5,6%

MERCATO - Allocazione nei canali e nelle aree - 2025

	Vendite in volume	Sales Location in volume	Vendite in valore	Sales in valore
Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount	466.920.328	100,0	846.062.391	100,0%
Nord-ovest Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount	102.551.043	22,0	205.912.567	24,3%
Nord-est Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount	61.987.474	13,3	130.800.366	15,5%
Centro + Sardegna Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount	118.848.961	25,5	218.836.510	25,9%
Sud Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	183.532.049	39,3	290.512.349	34,3%
Ipermercati	36.335.225	7,8	69.838.826	8,3%
Supermercati	263.063.179	56,3	507.220.850	60,0%
LSP	54.095.515	11,6	103.735.856	12,3%
Discount	113.426.409	24,3	165.266.849	19,5%

Mercato - Ranking dei produttori a valore - Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Discount - 2025

1 MUTTI	2 CONSERVE ITALIA	3 CONSORZIO CASALASCO DEL POMODORO
I primi tre produttori coprono a valore il 43,2% del mercato. - PL: 30,2%		

GRUPPO FINI - LE CONSERVE DELLA NONNA

www.leconserveellanonna.it

Mix di legumi

Due mix di legumi, pensati per diverse modalità di utilizzo e adatti sia alle ricette della tradizione sia a preparazioni più creative. Entrambi hanno una lista ingredienti corta e pulita (solo legumi, acqua e sale) e sono fonte di proteine. Il Mix di borlotti, ceci e fagioli tondini è ideale per piatti caldi, come minestre e zuppe. Il Mix di ceci, edamame e fagioli neri è pensato per insalate, bowl e poké.

Caratteristiche

Mix sapori e versatili. Lista ingredienti corta e pulita. Fonte di proteine. Indicazioni specifiche di utilizzo.

Ingredienti principali

Legumi, acqua e sale.

Formati e tipologie di confezionamento

Vaso vetro 360g.

Shelf life

36 mesi



VALFRUTTA

www.valfrutta.it

Buon Mix

Buon Mix Valfrutta nasce dall'incontro tra legumi e verdure selezionati, proposti in tre ricette equilibrate: Fagioli rossi, mais e peperoncino; Cannellini, soia, mais e olive nere; Ceci, piselli, mais e carote. Ogni mix è cotto a vapore per preservare gusto e qualità nutrizionali ed è naturalmente ricco di proteine vegetali, senza conservanti e 100% naturale. Pronto da gustare anche a temperatura ambiente, offre un equilibrio nutrizionale grazie alla combinazione mirata di legumi e verdura, esprimendo tutta l'energia, naturale degli ingredienti.

Caratteristiche

Mix di verdure e legumi cotti al vapore, ricchi di proteine. 100% naturali, senza conservanti.

Ingredienti principali

Legumi vari, mais, carote, olive nere e peperoncino (combinati in modo diverso nei 3 mix).

Formati e tipologie di confezionamento

Cluster da due lattine da 140g.

Shelf life

48 mesi



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



**TESTATE
ONLINE**

Febbraio 2026



AGEN FOOD
AGENZIA DI STAMPA

TAVOLA E BOTTEGA ▾

BEVANDE ▾

SALUTE E BEAUTY FOOD

AGRICOLTURA

VIAGGI DI GUSTO

TU

DISTRIBUZIONE

Home » DISTRIBUZIONE » "Il gusto che ti Premia" con Gruppo FINI



"Il gusto che ti Premia" con Gruppo FINI

📅 10/02/2026 17:30 👤 Redazione Agenfood 📁 DISTRIBUZIONE

(Agen Food) – Roma, 10 feb. – Il Gruppo Fini presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con premi assegnati ogni settimana e una prestigiosa estrazione finale. Durante il periodo promozionale sarà possibile vincere settimanalmente una gift card Decathlon del valore di 100 euro, mentre al termine del concorso un fortunato partecipante si aggiudicherà un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

La partecipazione è semplice e immediata: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita. Il concorso è supportato da una comunicazione integrata e ben visibile sul punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.



**DISTRIBUZIONE
MODERNA**

Il primo quotidiano online sulla GDO

VIDEO TGDO PODCAST DM MAGAZINE PL MAGAZINE SPECIA

#SPECIALE MARCA 2026 | #SPECIALE CARREFOUR

Gruppo Fini: al via il concorso “Il gusto che ti premia” per la linea senza lattosio

The banner features a dark blue background with the text 'Senza Lattosio' in a light blue script font at the top. Below it, 'IL GUSTO CHE TI PREMIA!' is written in large, bold, white capital letters. Underneath, the dates '— Dal 16/02/2026 al 26/04/2026 —' are displayed in white. The bottom section is divided into two decorative shapes: a brown one on the left that says 'ESTRAZIONE FINALE' and '1 WEEKEND BENESSERE', and a white one on the right that says 'OGNI SETTIMANA 1 gift card DECATHLON da 100 €'. A small image of a woman is visible in the background of the banner.

redazione

Il Gruppo Fini presenta “Il gusto che ti premia”, il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena senza lattosio Fini.

Il concorso – attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026 – offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con premi assegnati ogni settimana e una prestigiosa estrazione finale. Durante il periodo promozionale sarà possibile vincere settimanalmente una **gift card Decathlon** del valore di 100 euro, mentre al termine del concorso un fortunato partecipante si aggiudicherà un **weekend benessere** del valore di 1.000 euro.

La partecipazione è semplice e immediata: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena senza lattosio Fini, collegarsi al sito dedicato all'iniziativa e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita.

Il concorso del Gruppo Fini è supportato da una **comunicazione integrata** e ben visibile sul punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un **bollino on-pack** che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

COMUNICAZIONE

Il gusto che premia con Gruppo Fini



Il Gruppo Fini lancia "Il Gusto che ti premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena FINI Senza Lattosio, un'iniziativa che combina attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza d'acquisto ancora più coinvolgente. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso mette in palio numerose opportunità di vincita, con premi settimanali e una prestigiosa estrazione finale.

Nel corso del periodo promozionale, i partecipanti potranno vincere ogni settimana una **gift card Decathlon da 100 euro**, mentre al termine dell'iniziativa un fortunato consumatore si aggiudicherà un **weekend benessere del valore di 1.000 euro**.

Partecipare è semplice e immediato: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena FINI Senza Lattosio, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochotipremia.it o inserire i dati dello scontrino per scoprire subito l'eventuale vincita. Il concorso è supportato da un piano di comunicazione integrato e ben visibile nel punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno riconoscibili grazie a un bollino on-pack che spiega chiaramente la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore durante l'acquisto e valorizzare l'iniziativa.

Con questa attività, FINI – marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena – consolida la propria leadership nel segmento **lactose free**, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà nella digestione del lattosio. Una proposta che unisce gusto autentico e rispetto della tradizione emiliana.

La gamma FINI Senza Lattosio comprende quattro referenze: **Tortellini al prosciutto crudo**, **Ravioli ricotta e spinaci**, **Ravioli mozzarella e pomodoro** e **Girasoli Robiola e Speck**. Tutti i prodotti sono realizzati con **farine e uova 100% italiane**, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e offrendo soluzioni di qualità in un ambito che fino a oggi presentava alternative limitate. Una linea pensata per portare in tavola il piacere della pasta ripiena, senza rinunce.





HOME > IL GUSTO CHE PREMIA CON GRUPPO FINI

FOOD&HOSPITALITY

FOOD&BEVERAGE CUCINA SALONI ▾ EVENTI ▾ TRAVELLING CORPORATE ▾

FEBBRAIO 10, 2026 - GRUPPO FINI

IL GUSTO CHE PREMIA CON GRUPPO FINI

Il Gruppo Fini presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente.

Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con premi assegnati ogni settimana e una prestigiosa estrazione finale. Durante il periodo promozionale sarà possibile vincere settimanalmente una gift card Decathlon del valore di 100 euro, mentre al termine del concorso un fortunato partecipante si aggiudicherà un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

La partecipazione è semplice e immediata: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita.

Il concorso è supportato da una comunicazione integrata e ben visibile sul punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana.

La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.

FOTOGALLERY (4) Login to download





DIGITAL

“IL GUSTO CHE TI PREMIA” CON GRUPPO FINI

Publicato da **Redazione** 10/02/2026



Al via il nuovo concorso Senza Lattosio 2026 che rafforza il dialogo con il consumatore e il supporto al canale distributivo attraverso un'iniziativa capace di coniugare valore di marca, chiarezza e coinvolgimento.

Il Gruppo Fini presenta “Il Gusto che ti Premia”, il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con **premi assegnati ogni settimana** e una prestigiosa **estrazione finale**. Durante il periodo promozionale sarà possibile vincere **settimanalmente una gift card Decathlon** del valore di 100 euro, mentre **al termine del concorso** un fortunato partecipante si aggiudicherà un **weekend benessere** del valore di 1.000 euro.

La **partecipazione è semplice e immediata**: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita. Il concorso è supportato da una **comunicazione integrata e ben visibile sul punto vendita**. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per **accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale**.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende **quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.

📅 10 Febbraio 2026 🏢 Imprese 📦 Prodotti e Servizi

Premi settimanali e coinvolgimento dei consumatori con il concorso di Gruppo Fini sulla pasta senza lattosio

Gruppo Fini lancia un concorso dedicato alla pasta ripiena senza lattosio, con premi e strategie di engagement nei punti vendita.

Di Redazione

🕒 1' di lettura



L'attenzione verso le esigenze alimentari specifiche e la richiesta di prodotti senza lattosio stanno guidando nuove strategie di coinvolgimento nel settore alimentare. In questa direzione si inserisce il concorso promosso da **Gruppo FINI**, dedicato alla linea di **pasta ripiena Senza Lattosio FINI** e attivo dal **16 febbraio al 26 aprile 2026**.

L'iniziativa, denominata "Il Gusto che ti Premia", prevede un meccanismo che integra qualità del prodotto, attenzione alle intolleranze e coinvolgimento diretto del consumatore. Durante il periodo promozionale, ogni settimana verrà assegnata una **gift card Decathlon da 100 euro**, mentre l'estrazione finale metterà in palio un **weekend benessere del valore di 1.000 euro**. Per partecipare è necessario acquistare almeno una confezione della linea Senza Lattosio FINI e registrare lo scontrino sul sito dedicato.

La strategia di comunicazione prevede un supporto integrato nei punti vendita, con confezioni contrassegnate da un bollino on-pack che spiega la modalità di partecipazione, oltre a materiali informativi come locandine e stopper a scaffale. Questa scelta mira a rafforzare il dialogo tra brand e consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto.

FINI consolida così la propria presenza nel segmento **lactose free**, offrendo una gamma composta da quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck. Tutte le varianti sono realizzate con farine e uova italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle richieste di un mercato in evoluzione che ricerca prodotti adatti anche a chi presenta intolleranze alimentari.

© Riproduzione totale e parziale riservata

Altre notizie su: [Gruppo Fini](#)

▼ Fonti e Note

Comunicato stampa Borderline Agency



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE N. 1.668 del 11/02/2026

Alimentari

Gruppo FINI lancia "Il Gusto che ti Premia"

Concorso sulla linea Senza Lattosio con
premi fino ad aprile 2026



Media & Marketing

illycaffè conferma la partnership con il Salone del Mobile.Milano 2026

illycaffè sarà presente in tutte le lounge
dell'evento fieristico



VUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

SCRIVI A redazione@horecanews.it



HorecaNews - info@horecanewsletter.com - Napoli, IT
Visualizza tutte le newsletter precedenti: www.horecanewsletter.com

[Cancella la tua iscrizione](#)
Per visualizzare la mail nel browser [Clicca qui](#)



HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE

NOTIZIE E DINTORNI ▾ RISTORAZIONE ▾ OSPITALITÀ ▾ DISTRIBUZIONE ▾ DISPENSA HORECA ▾ EVENTI ▾ RUBR

Gruppo FINI lancia "Il Gusto che ti Premia": concorso sulla linea Senza Lattosio

FINI lancia "Il Gusto che ti Premia" sulla linea Senza Lattosio con bollini on-pack, materiali POP e premi per i consumatori fino ad aprile 2026.

ALIMENTARI



Redazione 2

11 Febbraio 2026 - 16:22



ALIMENTARI - Gruppo FINI presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI. Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso prevede vincite settimanali di gift card Decathlon da 100 euro e un'estrazione finale con in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro. L'iniziativa punta a valorizzare la gamma lactose free del marchio attraverso un'esperienza di acquisto coinvolgente.

La meccanica di partecipazione è immediata: è sufficiente acquistare almeno una confezione di **pasta ripiena Senza Lattosio FINI**, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita.

Comunicazione integrata sul punto vendita

Il concorso è supportato da una **comunicazione integrata** ben visibile sul punto vendita. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

Leadership nel segmento lactose free

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria **leadership nel segmento lactose free**, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana.

La gamma comprende **quattro referenze**: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.



[HOME PAGE](#) [NOTIZIE](#) [RETAIL](#) [IN PRIMO PIANO](#) [VIDEO, PODCAST E INTERVISTE](#)

Home > Promozioni e Concorsi > Gruppo FINI presenta il concorso "Il gusto che ti premia"

Promozioni e Concorsi

Gruppo FINI presenta il concorso "Il gusto che ti premia"

pubblicato da **Redazione 2** 11 Febbraio 2026

8 0

Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026 **Gruppo FINI** attiva "**Il Gusto che ti Premia**", concorso a premi dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI. L'iniziativa prevede vincite settimanali di gift card Decathlon da 100 euro e un'estrazione finale con weekend benessere del valore di 1.000 euro, ed è supportata da una strategia di comunicazione integrata sul punto vendita con bollini on-pack, locandine e stopper a scaffale.

La meccanica di partecipazione punta sulla semplicità: i consumatori devono acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire immediatamente l'eventuale vincita.

Materiali POP e valorizzazione a scaffale

Il concorso si appoggia su una **comunicazione integrata** progettata per garantire visibilità sul punto vendita. Le confezioni coinvolte presentano un **bollino on-pack** che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, mentre locandine e stopper a scaffale sono pensati per accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale.

Quattro referenze per il segmento lactose free

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella **pasta fresca ripiena**, rafforza la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana.

La gamma comprende quattro referenze: **Tortellini al prosciutto crudo**, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girsoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati.

Risposta a un mercato in evoluzione

L'iniziativa risponde alle esigenze di un **mercato in forte evoluzione** e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti. Il concorso si configura come strumento per valorizzare la linea Senza Lattosio e rafforzare il posizionamento del marchio in un segmento strategico per la GDO.



EMILIAROMAGNANEWS24

BOLOGNA FERRARA FORLÌ CESENA MODENA PARMA PIACENZA RAVENNA REGGIO EMILIA

Home > Eventi > Concorso > Da Modena il gusto che premia con Gruppo Fini

Eventi Concorso Modena

Da Modena il gusto che premia con Gruppo Fini

Da **Roberto Di Blase** - 14 Febbraio 2026

Al via il nuovo concorso Senza Lattosio 2026 che rafforza il dialogo con il consumatore e il supporto al canale distributivo attraverso un'iniziativa capace di coniugare valore di marca, chiarezza e coinvolgimento

MODENA - Il Gruppo Fini presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze alimentari, qualità di prodotto e un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente.

Attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, il concorso offre ai consumatori numerose occasioni di vincita, con **premi assegnati ogni settimana e una prestigiosa estrazione finale**. Durante il periodo promozionale sarà possibile

vincere **settimanalmente una gift card Decathlon** del valore di 100 euro, mentre **al termine del concorso** un fortunato partecipante si aggiudicherà **un weekend benessere** del valore di 1.000 euro.

La **partecipazione è semplice e immediata**: è sufficiente acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino di acquisto per scoprire subito l'eventuale vincita. Il concorso è supportato da una **comunicazione integrata e ben visibile sul punto vendita**. Le confezioni coinvolte saranno contraddistinte da un bollino on-pack che illustra in modo chiaro la meccanica di partecipazione, affiancato da locandine e stopper a scaffale pensati per **accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto e valorizzare l'iniziativa a scaffale**.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende **quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate nell'ambito delle intolleranze, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti.

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.





dimmicosacerchi

Concorsi ▾ Campioni Omaggio ▾ Cashback ▾ Codici sconto e offerte

DimmiCosaCerchi > Concorsi e premi > Concorsi con acquisto > Fini Senza Lattosio ti premia: vinci Card Decathlon e weekend benessere

Finis Senza Lattosio ti premia: vinci Card Decathlon e weekend benessere

di **Simona Bondi** | Scritto il 16 Febbraio 2026 | [alimentari](#) | [instant win](#) | [vinci buoni spesa](#) | [vinci soggiorni](#)
Aggiornato il: 16/02/2026

Con il concorso "SENZA LATTOSIO IL GUSTO CHE TI PREMIA" di FINI puoi vincere Card Decathlon e un voucher weekend benessere da 1000€: scopri come.

Concorso Fini Senza Lattosio 2026: quando è valido

Il Concorso a premi "SENZA LATTOSIO IL GUSTO CHE TI PREMIA" è valido dal **16/02/2026 al 26/04/2026** sul Territorio italiano e della Repubblica di San Marino, presso qualsiasi punto vendita che avrà in assortimento i prodotti oggetto della promozione e online sui relativi e-commerce.

Premi in palio nel concorso Fini Senza Lattosio

Con la modalità **instant win** sono previsti:

- **10 Card Decathlon** del valore di **100€** ciascuna.

Con l'estrazione finale è previsto:

- **1 Voucher per weekend benessere** del valore di **1.000€**.

L'estrazione finale si terrà entro il **20 maggio 2026** alla presenza di un notaio.

Prodotti partecipanti

Partecipano all'iniziativa i seguenti prodotti **FINI Senza Lattosio**:

- **TORTELLINI CON PROSCIUTTO CRUDO FINI 250 GR SENZA LATTOSIO** - EAN 8007490053327
- **RAVIOLI RICOTTA E SPINACI FINI 250 GR SENZA LATTOSIO** - EAN 8007490053334
- **RAVIOLI MOZZARELLA E POMODORO FINI 250 GR SENZA LATTOSIO** - EAN 8007490053341
- **GIRASOLI ROBIOLA E SPECK FINI 250 GR SENZA LATTOSIO** - EAN 8007490053792

Come partecipare

Per partecipare dovrai acquistare **uno dei prodotti in promozione** in un punto vendita aderente oppure online, conservare lo scontrino e [collegarti al sito dedicato al concorso](#) per registrarti inserendo i tuoi dati e quelli dello scontrino che avrai conservato.

Al termine della procedura **scoprirai subito se hai vinto** uno dei premi immediati in modalità instant win. In ogni caso prenderai parte anche all'estrazione finale del voucher weekend benessere.

Se non dovessi vincere subito, conserva comunque lo scontrino: ti sarà richiesto in caso di vincita per le opportune verifiche.

Per tutti i dettagli su come partecipare correttamente e per evitare errori durante la registrazione, leggi il [regolamento completo](#) del concorso FINI Senza Lattosio "SENZA LATTOSIO IL GUSTO CHE TI PREMIA".

Hai trovato utile questo articolo? Dai un'occhiata ad altri concorsi con l'acquisto che ho segnalato:

- [Con Pam Perte Plus puoi vincere iPhone 17 Pro e voucher viaggio da 5.000€](#)
- [Pasqua Witor's ti premia: vinci soggiorni SPA acquistando le uova!](#)
- [Con Labello puoi vincere portachlavi, gift card viaggio e un soggiorno alle Maldive](#)
- Oppure, visita la sezione dedicata a tutti i [concorsi con acquisto](#)



Ti è piaciuta questa promozione? Non perderti le prossime! Segui DimmiCosaCerchi per restare sempre aggiornato su nuove offerte e concorsi:

- 📍 [Unisciti al gruppo Facebook](#) per offerte esclusive e **community di aiuto e supporto** (oltre 36.000 iscritti!)
- 📱 [Seguici su WhatsApp](#) per aggiornamenti veloci e notizie sugli ultimi concorsi (oltre 4.700 iscritti!)
- 📧 [Unisciti al nostro canale Telegram](#) per ricevere notifiche immediate sulle **migliori offerte Amazon** (oltre 5.400 iscritti!)
- ✉️ [Iscriviti alla nostra newsletter](#) per ricevere le migliori promozioni direttamente nella tua casella di posta (oltre 10.000 iscritti)

Non lasciarti sfuggire nessuna occasione per risparmiare e trovare offerte imperdibili!

di **Simona Bondi**



PIÙ DI JUSY ▾ NOTIZIE GUSTOSE ▾ RICETTE ▾ VINI COCKTAIL IN DISPENSA EVENTI NEWS RICETTE DEGLI CHEF C

• VINI

Gruppo FINI presenta “Il Gusto che ti Premia”: concorso dedicato alla linea Senza Lattosio

Il Gruppo FINI lancia il concorso “Il Gusto che ti Premia” per promuovere la pasta ripiena Senza Lattosio, con premi settimanali e un weekend benessere finale.



by redazione Fornelli d'Italia Febbraio 11, 2026



ALIMENTARI – Il Gruppo FINI ha lanciato il concorso intitolato “Il Gusto che ti Premia”, dedicato alla sua linea di pasta ripiena **Senza Lattosio**. Questo concorso, che si svolgerà dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, offre ai partecipanti la possibilità di vincere settimanalmente gift card Decathlon del valore di 100 euro e, in aggiunta, un'estrazione finale che mette in palio un weekend benessere dal valore di 1.000 euro. L'iniziativa è pensata per promuovere la gamma lactose free del marchio, attraverso un'esperienza di acquisto interattiva.

La modalità di partecipazione è semplice e diretta: per partecipare, è sufficiente acquistare almeno una confezione di **pasta ripiena Senza Lattosio FINI**, visitare il sito e inserire i dati dello scontrino per verificare immediatamente se si è vinto.

Comunicazione integrata sul punto vendita

Il concorso è supportato da un **sistema di comunicazione integrata** visibile nei punti vendita. Le confezioni partecipanti saranno dotate di un bollino on-pack che spiega chiaramente le modalità di partecipazione. Inoltre, locandine e stopper a scaffale sono stati progettati per guidare il consumatore durante il processo d'acquisto, valorizzando ulteriormente l'iniziativa esposta.

Leadership nel segmento lactose free

Il marchio FINI, simbolo di tradizione e qualità nella pasta fresca ripiena, sta consolidando la propria **leadership nel segmento lactose free**. Questa strategia conferma il successo della prima linea dedicata a chi soffre di intolleranza al lattosio o ha difficoltà a digerirlo, proponendo ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana.

La gamma di prodotti comprende **quattro referenze**: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck. Questi prodotti sono realizzati con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo così alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. FINI offre prodotti di alta qualità che uniscono gusto e tradizione, soddisfacendo le necessità di tutti, anche di chi ha intolleranze alimentari.



by redazione Fornelli d'Italia Published Febbraio 11, 2026



Scontrino Felice

Volantini | Omaggi | Spendi e riprendi | Concorsi a premi | Offerte e sconti | Blog

Scontrino Felice » Concorsi con acquisto » Concorso Fini Senza Lattosio: vinci weekend benessere e card Decathlon

Concorso Fini Senza Lattosio: vinci weekend benessere e card Decathlon

Acquistando i prodotti della linea **Senza Lattosio Fini**, potresti vincere subito una delle **10 Card Decathlon da 100 Euro** in palio, oppure partecipare all'estrazione finale di un esclusivo **Voucher per weekend benessere** del valore di **1000 Euro**.

Ecco come partecipare al concorso Fini "Senza Lattosio il Gusto che ti premia"

- [Durata del Concorso Fini](#)
- [Quali prodotti acquistare e Dove](#)
- [Come Partecipare](#)
- [Premi instant win in palio](#)
- [Estrazione finale](#)
- [Note finali](#)

► Durata del Concorso Fini

Potrai partecipare al presente concorso a premi Fini dal **16 febbraio** al **26 aprile 2026**.

► Quali prodotti acquistare e Dove

Per partecipare all'iniziativa, è necessario acquistare almeno **1 prodotto** della linea **Fini Senza Lattosio** presso qualsiasi punto vendita fisico e relativo sito di ecommerce che rilasci **scontrino parlante**, a scelta tra:

- Tortellini con prosciutto crudo Fini 250 gr Senza Lattosio; codice EAN 8007490053327;
- Ravioli ricotta e spinaci Fini 250 gr Senza Lattosio; codice EAN 8007490053334;
- Ravioli mozzarella e pomodoro Fini 250 gr Senza Lattosio; codice EAN 8007490053341;
- Girsoli robiola e speck Fini 250 gr Senza Lattosio; codice EAN 8007490053792.

► Come Partecipare

Successivamente **recati sul sito dedicato al concorso Fini**, registrati con i tuoi dati, quelli dello scontrino, e carica una scansione/fotografia dello stesso.

► Premi instant win in palio

Scoprirai subito se hai vinto una delle **10 Card Decathlon** del valore di **100 Euro** in palio, utilizzabili per acquisti di abbigliamento e attrezzatura sportiva sul sito www.decathlon.it o in tutti i negozi fisici Decathlon Italia. Sono cumulabili, spendibili in più soluzioni e hanno una validità di **24 mesi** dalla data di acquisto.

► Estrazione finale

Tutti coloro che avranno partecipato correttamente al concorso, indipendentemente dall'esito della giocata instant win, parteciperanno all'estrazione finale di un **Voucher per weekend benessere** del valore di **1000 Euro**, valido per **2 persone**.

► Note finali

Ricorda che puoi partecipare al massimo **1 volta al giorno** con documenti d'acquisto sempre differenti. Si specifica che ogni consumatore può aggiudicarsi un solo premio per ciascuna modalità di vincita. I premi **non sono cedibili** a terzi. L'iniziativa non è cumulabile con altre e/o precedenti iniziative e/o manifestazioni a premio che promuovano l'acquisto degli stessi prodotti coinvolti.

Buona Fortuna!

Regolamento – Data Inizio: 16/02/2026 – Scadenza: 26/04/2026 – Estrazione finale: entro il 20/05/2026 –

Agenzia: sdm società benefit Srl – **Info:** info@senzalattosioilgustochetipremia.it



Modena

SCOPRI ALTRE CITTÀ ▾

HOME

AZIENDE

NOTIZIE

EVENTI

CINEMA

FARMACIE

MAGAZINE

Da Modena il gusto che premia con Gruppo Fini



MODENA - Il Gruppo Fini presenta "Il Gusto che ti Premia", il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, un'iniziativa che unisce attenzione alle esigenze...

[Leggi tutta la notizia](#)

EmiliaRomagna News24 | 14-02-2026 15:00

Categoria: [CRONACA](#)



ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

CARNI DOLCI&SALATI FIERE FORMAGGI GROCERY LUXURY MERCATO ORTOFRUTTA RETAIL SALUMI SUR



Gruppo Fini: al via 'Il Gusto che ti Premia', il concorso dedicato alla linea senza lattosio

25 Febbraio 2026 - 14:46 | Categorie: Grocery

Modena – È attivo dal 16 febbraio al 26 aprile 2026 'Il Gusto che ti Premia', il nuovo **concorso** promosso da **Gruppo Fini** dedicato alla linea di **pasta ripiena senza lattosio**. L'iniziativa – pensata per unire qualità di prodotto, attenzione alle esigenze alimentari e coinvolgimento del consumatore – prevede **premi settimanali** e un'**estrazione finale**. In palio ogni settimana una gift card Decathlon da 100 euro e, al termine del concorso, un fortunato partecipante si aggiudicherà un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Per partecipare è sufficiente acquistare una confezione di pasta ripiena della linea **Senza Lattosio FINI** e registrare lo scontrino sul sito dedicato. La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck

L'iniziativa è supportata da una comunicazione integrata nei punti vendita, con bollino on-pack e materiali a scaffale, rafforzando così il dialogo con il consumatore



HOME IL MIO COMUNE ▾ CALCIO E SPORT AGRICOLTURA ULTIME NOTIZIE

Le aziende locali portano in classe il loro saper fare, a Ravarino nasce il progetto P.E.R.A.

da Redazione | 26 Febbraio 2026 | In Primo Piano, | Ravarino

RAVARINO - Presentare agli studenti il territorio e le sue opportunità lavorative attraverso **laboratori organizzati da aziende locali**. L'idea è partita dall'**Assessorato alla Pubblica Istruzione del Comune in collaborazione con l'Istituto Comprensivo di Ravarino** e riguarderà quarantotto ragazzi e ragazze della Scuola Secondaria di Primo Grado Tina Anselmi. **Il progetto si chiama P.E.R.A.**, un acronimo che sposa una frutticoltura tipica del territorio e l'accompagna oltre, alla scoperta dell'innovazione e delle relazioni tra i settori produttivi: **Piping, Elettronica, Robotica, Agroalimentare**, queste le parole che si nascondono dietro la sigla. "Piping", sicuramente la meno nota, è il termine inglese usato per riferirsi alla produzione di tubi e raccordi tubolari: un settore che vede la **T.Erre** di Ravarino tra i principali protagonisti mondiali.

Perché parlare di tubi? In un **territorio agricolo** servono per portare l'acqua e si ritrovano con diverse forme e dimensioni nei trattori, oggi indispensabili per lavorare la terra: nulla nasce dal nulla. Elettronica e Robotica sono trasversali a tutti i processi produttivi e rappresentano esse stesse **settori in rapida evoluzione che è importante conoscere e comprendere**: dalle trivelle per realizzare pozzi, ai nastri trasportatori delle catene di montaggio fino ai macchinari del settore tessile. Non poteva mancare la "A" di agroalimentare, che vede a Ravarino la presenza di due aziende fortemente radicate nella tradizione delle eccellenze agricole locali: **Conservas Italia e Conservas della Nonna del Gruppo Fini**. In tutto, sono cinque le imprese coinvolte nel progetto: a quelle già citate, si aggiungono **Storci Perforazioni**, storica azienda locale, e **Stone Island**, marchio della moda con sede a Ravarino e conosciuto in tutto il mondo. Ciascuna metterà a disposizione dei ragazzi le proprie **esperienze pratiche e teoriche**: si parlerà di morfologia e geologia del territorio, sostenibilità economica e ambientale, meccanica ed elettronica, trasformazione dei prodotti nell'Agroalimentare, marketing e produzione e lavorazione dei tessuti. **I laboratori inizieranno il 3 marzo e si concluderanno il 27 maggio**, per un totale di tredici lezioni teoriche e pratiche a cadenza settimanale. I ragazzi ascolteranno, impareranno e, non di meno, faranno: la parte pratica prevede, infatti, che studenti e studentesse, affiancati da docenti ed esperti delle aziende, si cimentino nella produzione di marmellate e nella realizzazione di bustine riutilizzabili, in tessuto, per contenere i vasetti; ciascuno, alla fine, porterà a casa l'esperienza e il risultato del proprio lavoro.

Gli incontri si terranno, con cadenza settimanale e bisettimanale, dalle 14.30 alle 16.30: **una scuola aperta al territorio anche al pomeriggio** per offrire ai propri ragazzi e ragazze non solo formazione, ma anche **nuove opportunità per impegnare il proprio tempo e costruire nuove e diverse relazioni**.

Alcune dichiarazioni:

Maurizia Rebecchi, sindaca di Ravarino: "Quando progettammo la nuova scuola secondaria di primo grado, avevamo in mente un luogo innovativo, che con i suoi laboratori e una hall che può diventare piazza, si apre ai ragazzi, alle ragazze, alle famiglie, alla comunità e al territorio anche in orario extrascolastico. Oggi, con la preziosa collaborazione delle imprese locali, quel progetto diventerà un'esperienza formativa concreta".

Patrizio Piga, assessore all'Istruzione del Comune di Ravarino: "Queste esperienze consentono ai nostri studenti e alle nostre studentesse di scoprire interessi, talenti, inclinazioni che magari oggi non conoscono ancora: capire che cosa appassioni davvero e cosa no è importante per poter iniziare a riflettere sul proprio futuro. Il Progetto P.E.R.A. è un'articolazione più ampia dei laboratori di robotica che si sono tenuti nel primo quadrimestre con la collaborazione dell'azienda Graf Industries".

Mario Zanardi, direttore generale T.ERRE: "Con il progetto P.E.R.A. vogliamo avvicinare i giovani alle discipline STEM in modo concreto, mostrando che tecnologia e industria sono opportunità aperte a tutti. La parità di genere non è un tema teorico, ma una responsabilità reale: significa creare le condizioni perché anche le ragazze si sentano legittimate a scegliere percorsi tecnico-scientifici. Investire oggi in competenze inclusive significa costruire imprese più innovative, filiere più solide e un territorio più competitivo domani".

È importante per continuare a dare valore alla parità di genere e alle discipline STEM.

Scuola Sec. I grado Tina Anselmi di Ravarino: "Il progetto P.E.R.A. 2.0 rappresenta un'importante opportunità educativa per i nostri studenti, perché consente di avvicinare concretamente il mondo della scuola alla realtà produttiva locale. Attraverso i laboratori realizzati con la collaborazione di aziende locali, i ragazzi potranno conoscere da vicino le diverse fasi della filiera di produzione, sviluppando competenze pratiche, spirito di collaborazione e maggiore consapevolezza rispetto al valore del lavoro e delle risorse del proprio territorio. La realizzazione del kit merenda, frutto di un percorso condiviso tra scuola ed esperti aziendali, diventa così un'esperienza formativa significativa, capace di unire creatività, educazione alimentare e orientamento. La scuola ringrazia tutte le aziende coinvolte per la disponibilità e la sensibilità dimostrata nel contribuire alla crescita culturale e personale delle nuove generazioni".





ARTICLE MARKETING

Febbraio 2026





Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: Home » Weblog » Concorsi, Gastronomia, Varie » Blog article: Buono... e anche premiato | Comunicati stampa

Buono... e anche premiato

 16 Febbraio 2026 da  Borderline Agency

Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.

Con **"Il Gusto che ti Premia"** il Gruppo **FINI** lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena **Senza Lattosio FINI**, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. **Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026**, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per **scoprire subito se si ha vinto**. Il concorso è **facilmente riconoscibile anche sul punto vendita** grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una **comunicazione dedicata** con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende **quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati.eu

Buono... e anche premiato

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa, Gastronomia e Cucina

Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.

Con **"Il Gusto che ti Premia"** il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena **Senza Lattosio FINI**, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. **Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026**, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in **un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere**. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per **scoprire subito se si ha vinto**. Il concorso è **facilmente riconoscibile anche sul punto vendita** grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una **comunicazione dedicata** con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende **quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Buono... e anche premiato

Pubblicata da: [Borderline](#)



Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.

Con "Il Gusto che ti Premia" il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per scoprire subito se si ha vinto. Il concorso è facilmente riconoscibile anche sul punto vendita grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una comunicazione dedicata con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.

www.nonsolobuono.it

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Buono... e anche premiato

Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.

Modena, 16/02/2026 (informazione.news - comunicati stampa - varie)

Con "Il Gusto che ti Premia" il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per scoprire subito se si ha vinto. Il concorso è facilmente riconoscibile anche sul punto vendita grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una comunicazione dedicata con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girasoli Robiola e Speck, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Buono... e anche premiato

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Mangiare / Prodotti //
Aggiornato Febbraio 16, 2026 // 3 minuti di lettura

Con concorso "Il Gusto che ti Premia", il Gruppo FINI rafforza il proprio impegno nel mondo del Senza Lattosio, dedicato a chi cerca gusto, semplicità e benessere, anche nei piccoli gesti quotidiani come la scelta della pasta ripiena da portare in tavola.

Con "Il Gusto che ti Premia" il Gruppo FINI lancia il nuovo concorso dedicato alla linea di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, pensato per chi sceglie ogni giorno prodotti di qualità senza rinunciare al piacere della buona tavola. Dal 16 febbraio al 26 aprile 2026, acquistare la pasta ripiena Senza Lattosio FINI può trasformarsi in un'occasione per vincere premi dedicati al tempo libero e al benessere. Ogni settimana, infatti, sarà possibile aggiudicarsi una gift card Decathlon da 100 euro, mentre al termine del concorso è prevista un'estrazione finale che metterà in palio un weekend benessere del valore di 1.000 euro.

Partecipare è semplice: basta acquistare almeno una confezione di pasta ripiena Senza Lattosio FINI, collegarsi al sito dedicato www.senzalattosioilgustochetipremia.it e inserire i dati dello scontrino per scoprire subito se si ha vinto. Il concorso è facilmente riconoscibile anche sul punto vendita grazie a un bollino applicato direttamente sulle confezioni che guida il consumatore nella partecipazione e a una comunicazione dedicata con locandine e stopper a scaffale, pensata per rendere l'iniziativa chiara e immediata.

FINI, marchio simbolo della tradizione e della qualità nella pasta fresca ripiena, rafforza così la propria leadership nel segmento lactose free, confermando il successo della prima linea dedicata a chi è intollerante o ha difficoltà a digerire il lattosio, con ricette gustose e fedeli alla tradizione emiliana. La gamma comprende quattro referenze: **Tortellini al prosciutto crudo, Ravioli ricotta e spinaci, Ravioli mozzarella e pomodoro, Girsoli Robiola e Speck**, realizzate con farine e uova 100% italiane, uova da galline allevate a terra e formaggi delattosati, rispondendo alle esigenze di un mercato in forte evoluzione e fino a oggi con opzioni limitate, con prodotti di qualità che coniugano gusto e tradizione per tutti e attenzione alle nuove tendenze di consumo.

www.nonsolobuono.it

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



**USCITE
TV - TV ONLINE**

Marzo 2026





USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Marzo 2026

04/03/2026
Pag. 13 Ed. Modena

il Resto del Carlino

Ravarino

Le aziende locali entrano in classe Laboratori dalla terra alla tecnologia

Un orientamento consapevole dedicato a una cinquantina di studenti dell'istituto Tina Anselmi

RAVARINO

Ha preso il via ieri a Ravarino un progetto scolastico che mira a integrare scuola e territorio, creando un ponte tra i due mondi a partire dalla scuola secondaria di primo grado. Si tratta di laboratori che si concluderanno il 27 maggio, per un totale di tredici lezioni teoriche e pratiche a cadenza settimanale in cui 48

ragazze e ragazzi della scuola secondaria di primo grado Tina Anselmi verranno a contatto con realtà e imprese locali. I ragazzi ascolteranno, impareranno e, non di meno, faranno: la parte pratica prevede, infatti, che studenti e studentesse, affiancati da docenti ed esperti delle aziende, si cimentino nella produzione di marmellate e nella realizzazione di bustine riutilizzabili, in tessuto, per contenere i vasetti; ciascuno, alla fine, porterà a casa l'esperienza e il risultato del proprio lavoro. «Quando progettammo la nuova scuola secondaria di primo grado, - ha spiegato la sindaca Maurizia Rebecchi - avevamo in



mente un luogo innovativo, che con i suoi laboratori e una hall, che può diventare piazza, si apre ai ragazzi, alle ragazze, alle famiglie, alla comunità e al territorio anche in orario extrascolastico. Oggi, con la preziosa collaborazione delle imprese locali, questo progetto diventerà un'esperienza formativa concre-

ta». Il progetto si chiama P.E.R.A., ed è acronimo che sposa una frutticoltura tipica del territorio e l'accompagna oltre, alla scoperta dell'innovazione e delle relazioni tra i settori produttivi: Piping, Elettronica, Robotica, Agroalimentare. «Piping», sicuramente la meno nota, è il termine inglese usato per

La presentazione del Progetto P.e.r.a. che interesserà alcuni studenti della scuola Tina Anselmi

riferirsi alla produzione di tubi e raccordi tubolari: un settore che vede la T.Erre di Ravarino tra i principali protagonisti mondiali. Compresa T.Erre sono 5 le imprese coinvolte nel progetto: Conserve Italia e Conserve della Nonna del Gruppo Fini, Storci Perforazioni, storica azienda locale, e Stone Island, marchio della moda e conosciuto in tutto il mondo. Gli incontri si terranno, con cadenza settimanale e bisettimanale: una scuola aperta al territorio anche al pomeriggio per offrire ai propri ragazzi e ragazze non solo formazione, ma anche nuove opportunità per impegnare il proprio tempo e costruire nuove e diverse relazioni.

Alberto Greco

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



01/04/2026
Pag. 17 N.3 - marzo 2026

Grocery & Consumi

pasta

**ANTICO PASTIFICIO
MORELLI 1860**
www.pastamorelli.it



Pici a matassa

I Pici a matassa sono un formato di pasta lunga tipico della tradizione toscana, realizzati con trafila al bronzo e lenta essiccazione. Presentati nella caratteristica forma arrotolata 'a matassa', richiamano l'antica lavorazione artigianale fatta a mano. La loro superficie ruvida e porosa trattiene i condimenti, esaltando sughi corposi come ragù di carne, cacio e pepe o aglione della Val di Chiana. In cottura mantengono una consistenza piena, ideali per valorizzare ricette tradizionali e piatti dal gusto deciso.

Ingredienti principali

Semola di grano duro, acqua.

Formati e confezionamento

500g, busta Pp Coex.

Shelf life

36 mesi.

GRUPPO FINI

www.nonsolobuono.it/fini



Tortellini prosciutto crudo e

Parmigiano Reggiano integrali

Fini presenta la nuova linea 'Le Ricette Integrali', l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico e intenso. La gamma si compone di tre referenze selezionate: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, i Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto, i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

Ingredienti principali

Farina e semola integrale, uova, prosciutto crudo, Parmigiano Reggiano Dop.

Formati e confezionamento

250g, busta stand up.

Shelf life

66 giorni.

BARILLA

www.barilla.com/it



Mezzi Rigatoni Barilla Al Bronzo

Barilla Al Bronzo è realizzata con una selezione di grani duri preglati 100% italiani, sapientemente macinati e scelti appositamente per ottenere risultati ottimali, con un contenuto proteico superiore al 14%, che garantisce una consistenza robusta ed elastica. Questo formato è pensato per soddisfare diverse esigenze di gusto, adattandosi a qualsiasi tipo di condimento e ricetta. La pasta viene lavorata con il metodo della trafilatura al bronzo che crea sulla superficie una 'rete di microincisioni' per una consistenza ruvida distintiva che trattiene perfettamente il sugo.

Ingredienti principali



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Il futuro della pasta: qualità, prezzo e nuovi stili di vita

Simbolo della tradizione alimentare italiana e pilastro della dieta quotidiana, la pasta continua a occupare un ruolo centrale nelle abitudini di consumo, pur attraversando una fase di profonda evoluzione. In un contesto segnato da nuove sensibilità dei consumatori, pressioni sui prezzi e crescente competizione a scaffale, il comparto si trova oggi a ridefinire le proprie traiettorie di sviluppo, tra continuità e innovazione. Se da un lato la pasta resta un prodotto irrinunciabile per milioni di famiglie, dall'altro emergono con forza nuovi driver di scelta: attenzione al benessere, ricerca di qualità e origine delle materie prime, interesse verso formati alternativi e maggiore consapevolezza nutrizionale. A questi si affianca una crescente polarizzazione dei comportamenti d'acquisto, con consumatori sempre più attenti al rapporto qualità-prezzo e al tempo stesso disposti a riconoscere valore a prodotti premium o differenziati.

In questo scenario, l'industria di marca è chiamata a rispondere con strategie articolate, che spaziano dall'innovazione di prodotto alla sostenibilità dei processi, fino alla capacità di costruire un dialogo più diretto con il consumatore. Non si tratta solo di ampliare le gamme, ma di ripensare il ruolo stesso della pasta all'interno dell'alimentazione contemporanea, valorizzandone versatilità, qualità e capacità di adattarsi a stili di vita in cambiamento.

Il settore, pur mantenendo solide radici culturali, sta accelerando sul fronte dell'innovazione: dalla digitalizzazione dei processi produttivi alla crescente attenzione per la sostenibilità della filiera, fino allo sviluppo di nuove strategie di comunicazione e posizionamento a scaffale. Un'evoluzione che coinvolge l'intero ecosistema, dalla produzione alla distribuzione, e che rende la pasta non solo un prodotto della tradizione, ma anche un laboratorio di cambiamento per l'intero comparto alimentare tra efficienza industriale, valorizzazione del prodotto e capacità di intercettare nuovi stili di consumo.

Un mercato solido tra **pressione promozionale** e consumi più selettivi

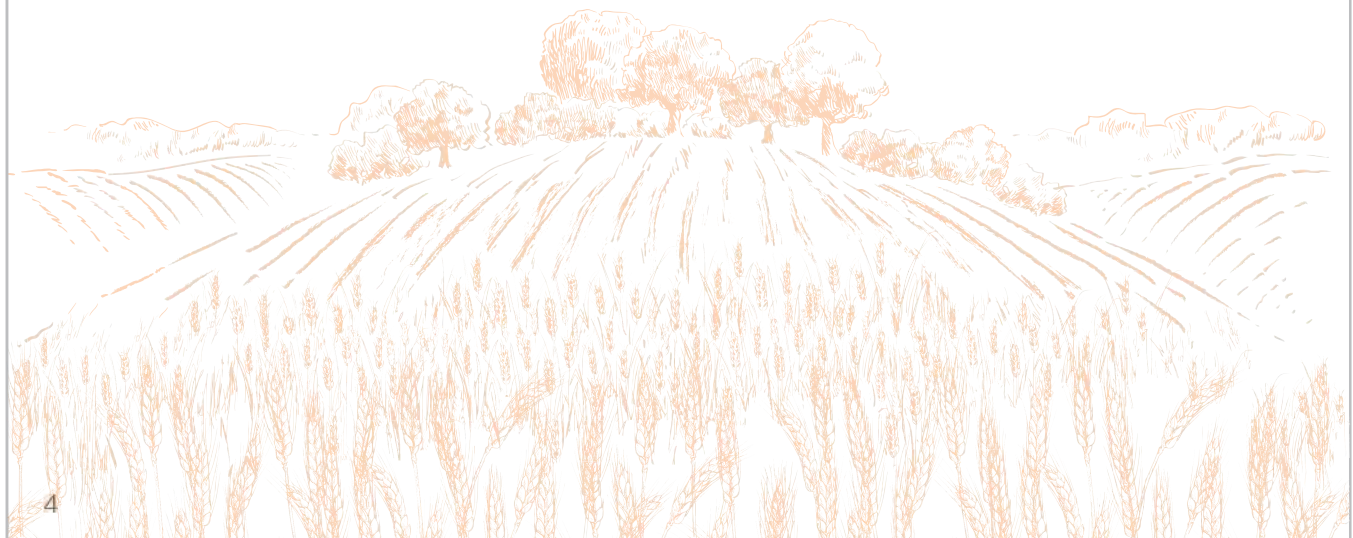
Il 2025 si chiude con un quadro complesso per il mercato della pasta secca in Italia, che conferma il proprio ruolo centrale nei consumi, ma evidenzia segnali di maturità e pressione competitiva. Secondo i dati elaborati da NIQ relativi all'anno terminante il 25 gennaio 2026, il comparto della pasta secca ha fatto registrare nei punti vendita della distribuzione moderna (discount compresi) un giro d'affari superiore a 1,5 miliardi di euro, in calo del 4,6%, mentre i volumi hanno mostrato una contrazione più contenuta (-1,6%). Alla base di questa dinamica si colloca principalmente la riduzione del prezzo medio, sceso a 1,88 euro/kg (-3,0%), in un contesto di promozionalità in lieve crescita. Dopo le tensioni inflattive degli anni precedenti, il mercato sembra dunque essere entrato in una fase di riassetto, in cui la leva del prezzo torna a essere determinante per sostenere i consumi.

A livello di canali distributivi, la distribuzione moderna continua a rappresentare il cuore del mercato, con oltre l'82% delle vendite a valore, ma anch'essa evidenzia un calo (-4,3%). I supermercati, primo canale per in-



cidenza, mantengono una sostanziale stabilità nei volumi (-0,3%), mentre gli ipermercati mostrano segnali di recupero proprio sul fronte delle quantità vendute (+0,2%). Più critica la situazione dei liberi servizi e dei discount, entrambi in flessione sia a valore (-8% e -5,9%) sia a volume (-4,8% e -4,1%), segno di una competizione sempre più intensa su tutti i formati distributivi.

Entrando più nel dettaglio dei segmenti, la pasta di semola resta saldamente dominante, con circa il 76,6% del mercato a valore (oltre 1,2 miliardi di euro), ma registra una flessione significativa (-5,5%). Al suo interno, le due anime storiche – pasta corta e pasta





lunga – continuano a rappresentare il fulcro dell'offerta (58% del fatturato complessivo), pur mostrando un andamento negativo, più accentuato per la lunga (-6,9% a valore).

La pasta all'uovo si conferma il secondo segmento per rilevanza realizzando 155,4 milioni di euro, pur registrando un calo a valore del 2,6% e a volume dell'1,3%, mentre le varianti legate al benessere – integrale, farro, kamut e legumi – seguono il trend generale della categoria. In questo scenario, emerge però un dato particolarmente significativo: la crescita della pasta senza glutine, che segna +6,9% a valore e +5,2% a volume, distinguendosi come uno dei pochi segmenti in espansione.

Accanto alle dinamiche di prezzo e promozione, si osserva anche una sostanziale stabilità dell'assortimento a scaffale, con circa 143 referenze medie per punto vendita, segnale di un'offerta ormai matura, ma ancora molto ampia. Questo porta a una crescente competizione tra brand e private label, che si gioca non solo sul prezzo, ma anche sulla capacità di differenziare il prodotto attraverso qualità percepita, origine delle materie prime e innovazione di formato.

Un altro elemento chiave riguarda il comportamento del consumatore, sempre più orientato a un acquisto consapevole e selettivo. Se da un lato la pasta resta un prodotto “rifugio” per la sua accessibilità e versatilità, dall'altro emergono nuove esigenze legate a salute, benessere e varietà alimentare. È in questo contesto che si inserisce la crescita di segmenti come il gluten free e, più in generale, delle proposte alternative, che intercettano nicchie in espansione e contribuiscono a rinnovare l'interesse verso la categoria.

Il quadro complessivo restituisce dunque un mercato maturo, in cui la domanda resta solida ma sempre più guidata da logiche di valore, promozione e segmentazione. Per l'industria di marca, la sfida diventa quella di differenziare l'offerta, innovare sui formati e intercettare nuovi bisogni – dalla salute alla sostenibilità – mantenendo al contempo competitività sul prezzo. In un contesto in cui la pasta rimane un pilastro della cultura alimentare italiana, il 2025 segna così una fase di transizione, in cui tradizione e innovazione sono chiamate a convivere per sostenere la crescita futura.



Attenzione ai processi e qualità delle materie rimangono i driver principali

Annalisa Achilli, Pasta Barilla & Emiliane Associate director, afferma che la pasta di semola rappresenta un prodotto centrale per la cultura e la tradizione dei consumatori italiani: «Nel nostro Paese, infatti, la pasta di semola si conferma il simbolo delle tavole italiane. Questo nonostante l'inflazione degli anni precedenti abbia sicuramente condizionato le scelte dei consumatori, e il conseguente contesto di attenzione alla spesa e di consumi sempre più frammentati. All'interno del mercato il consumatore ricerca brand che offrano una giusta equazione del valore e per questo risultano vincenti le marche che si confermano capaci di distinguersi per identità e posizionamento, sia nel comparto mainstream sia in quello premium. L'attenzione ai processi e la qualità delle materie prime rimangono i driver di acquisto principali. Ad essi, però, si affianca anche la ricerca del benessere: un segnale chiaro di come, anche nel piatto più amato dagli italiani, tradizione e innovazione possano convivere rispondendo a un consumatore sempre più informato e attento».



UNO STORYTELLING TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

La comunicazione nel mondo della pasta è oggi influenzata dal ritorno alla tradizione, dall'autenticità dei gesti e dalla ricerca di piacere e appagamento. «Al centro dei nostri messaggi – spiega Annalisa Achilli – c'è la passione per la qualità, il legame con la cultura gastronomica italiana e l'amore per il cibo come momento di condivisione. Con Barilla Al Bronzo abbiamo voluto reinterpretare questi valori in chiave contemporanea, costruendo uno storytelling capace di fondere tradizione e innovazione. La campagna lanciata a fine 2024 ha dato nuova vita al gesto della scarpetta, trasformandolo da rito informale a gesto gourmet e riportandolo al centro dell'esperienza di consumo. In parallelo, abbiamo rafforzato la narrazione sui benefit di prodotto, mettendo in evidenza la texture ruvida e l'eccellente tenuta del sugo, che permettono di valorizzare ogni boccone fino alla fine».

In aumento l'attenzione per prodotti salutarì e premium

Secondo **Diodato Ferraioli**, **chief commercial officer di La Doria**, il mercato continua a dimostrarsi solido evidenziando delle tendenze chiave: «La prima è la crescente richiesta di prodotti salutarì e specifici – integrali, senza glutine e a base di legumi – spinta da consumatori sempre più attenti al benessere e alla qualità nutrizionale. Accanto a questo, si conferma la ricerca di paste premium e gourmet: formati artigianali o ricette ad alto valore aggiunto che, pur in un contesto di attenzione alla spesa, trovano spazio nelle occasioni domestiche in cui non si vuole rinunciare alla qualità. Nel complesso, il 2025 conferma un mercato stabile e capace di rinnovarsi, sostenuto da innovazione, segmenti ad alto valore e una crescente attenzione a salute e funzionalità. Negli ultimi mesi abbiamo continuato a concentrarci sul rafforzamento del nostro modello di business orientato alle private label, collaborando in modo sempre più stretto con i retailer per sviluppare soluzioni che rispondano alle loro esigenze e alle nuove tendenze di consumo. L'ampliamento della gamma con prodotti ad alto valore aggiunto e ad alto contenuto di servizio è stato centrale: questo approccio ci ha permesso di intercettare l'evoluzione della domanda, fidelizzare il trade e offrire ai consumatori proposte più moderne e funzionali, consolidando un importante driver di crescita».



SI PUNTA SULLE REFERENZE SPECIALI

Negli ultimi mesi, La Doria ha puntato molto su nuovi segmenti di mercato. «Le recenti acquisizioni nel settore della pasta ci hanno consentito di estendere l'offerta a categorie in forte sviluppo, come le paste senza glutine e quelle a base di legumi – spiega Diodato Ferraioli – che arricchiscono il portafoglio di referenze speciali e rispondono a esigenze nutrizionali emergenti e a trend salutistici sempre più rilevanti. L'integrazione di queste nuove competenze nella nostra struttura produttiva ci permette di supportare le private label anche in segmenti premium e innovativi, rafforzando ulteriormente il posizionamento del Gruppo come partner strategico per lo sviluppo di gamme complete e differenzianti».

La pasta riesce ad adattarsi ai nuovi stili di vita

Marida Milo, **direttrice commerciale Italia di Gruppo Milo**, racconta che la pasta resta uno dei punti fermi della tavola italiana, anche in un contesto in cui i consumatori fanno più attenzione alla spesa: «È un prodotto accessibile, versatile e profondamente legato alla nostra cultura alimentare. Per noi è stato anche un anno di crescita, segno che, nonostante la complessità del mercato, la categoria continua a dimostrare grande vitalità. Quello che sta cambiando sono le famiglie e gli stili di vita: nuclei più piccoli, ritmi più veloci, abitudini diverse rispetto al passato. Ma proprio per questo la pasta con-



tinua a funzionare, perché resta sinonimo di casa, comfort, quotidianità, e riesce ad adattarsi a questi nuovi modi di vivere. Abbiamo visto crescere l'interesse per prodotti di qualità, con filiere chiare e ingredienti riconoscibili, ma anche per formati più pratici e anti-spreco, pensati per le esigenze delle famiglie contemporanee. La pasta resta una certezza, semplicemente si evolve insieme a chi la porta in tavola. In questi mesi abbiamo puntato soprattutto su quello che è il nostro vero punto di forza: la pasta fresca di filiera. In particolare, abbiamo continuato a investire sulla linea Centoventicinque, la monoporzione pensata per i nuovi stili di consumo, e sui prodotti 100% Filiera Puglia, tra i più apprezzati sia dai consumatori sia dalle insegne con cui collaboriamo come co-packer. Sono prodotti che valorizzano il legame con il territorio

e la qualità delle materie prime. Per noi innovare significa proprio questo: rendere contemporanea la tradizione, mantenendo forte il legame con la filiera e con la nostra identità».



La pasta fresca ripiena continua a crescere

Per **Roberta Morini, brand manager di Fini**, nel 2025 la pasta ha confermato il suo ruolo centrale sulle tavole italiane, nonostante uno scenario complesso segnato da inflazione e maggiore attenzione alla spesa: «In questo contesto, l'azienda ha chiuso l'anno con risultati positivi (+5,1% a volume nei sell-out e +0,2 punti di quota a volume), sostenuti da un importante ampliamento della distribuzione ponderata (+16 punti) e dell'assortimento a scaffale grazie all'innovazione. Il mercato della pasta fresca ripiena, per il secondo anno consecutivo,

UNA LINEA UNICA

Fini ha ampliato la propria offerta con Le Ricette Integrali, una linea unica nel panorama della pasta fresca ripiena. «È realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre – spiega Roberta Morini – la sfoglia, grezza e porosa, è studiata per esaltare un gusto più rustico e deciso. La gamma comprende tre referenze pensate per garantire rotazione e differenziazione a scaffale: i Tortellini Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano Dop, con il ripieno leader del mercato; i Ravioli di Carne, con farcitura a base di carne arrosto, secondo ripieno per rilevanza; e i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico, patate e formaggio con caglio microbico, adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana. Le referenze sono disponibili nel formato da 250 g in busta stand-up, con una shelf life di 66 giorni».



è tornato a crescere, soprattutto con i segmenti core a base carne e prosciutto crudo, e con le proposte ad alto contenuto innovativo, sia nei gusti sia nelle linee dedicate a nuovi target. Per noi il 2025 è stato soprattutto un anno di forte spinta innovativa. Da febbraio è in distribuzione la nuova linea Senza Lattosio, una novità assoluta nella pasta fresca ripiena, storicamente povera di alternative in questo ambito. La gamma comprende quattro referenze – Tortellini al Prosciutto Crudo, Ravioli Ricotta e Spinaci, Ravioli Mozzarella e Pomodoro e Girasoli Robiola e Speck – realizzate con formaggi delattosati e un processo produttivo dedicato, utilizzando ingredienti di alta qualità come uova e farina 100% italiane, uova allevate a terra e sfoglia ruvida secondo la tradizione emiliana».



La premiumizzazione dei consumi è sempre più accentuata

In un contesto di mercato complesso come quello degli ultimi anni – afferma **Fabrizio Nucifora, brand & sales marketing director di De Matteis** – Pasta Armando ha registrato nel 2025 una crescita significativa nel segmento della pasta premium, passando dal 3% al 3,4% di quota a valore: «La tendenza più interessante riscontrata in questi anni, e che crediamo caratterizzerà anche il prossimo futuro, è quella della premiumizzazione dei consumi. I consumatori dimostrano una preferenza crescente per i prodotti di alta qualità, fatto che ha portato il segmento premium della pasta a raggiungere il 51% del valore complessivo del mercato nel 2025. L'origine 100% italiana della materia prima e la trafilatura al bronzo sono diventate caratteristiche premianti per chi, come noi, offre una



INNOVAZIONE E RINNOVAMENTO DI PRODOTTO

In un contesto dove cresce l'attenzione dei consumatori per le paste di eccellenza e quelle più affini ai loro stili di vita, De Matteis ha puntato su innovazione e rinnovamento di prodotto. «In particolare, nel 2025 abbiamo lanciato una nuova referenza nella linea di Borghese: la Pasta Mista (Il Remix) – spiega Fabrizio Nucifora – una scelta che valorizza il singolo formato, elevando la pasta dalla percezione di semplice commodity. Inoltre, abbiamo rinnovato la nostra linea di Pasta Integrale Bio per rispondere alle esigenze di un mercato sempre più attento al benessere. È prodotta esclusivamente con semola integrale biologica 100% italiana, garantendo un alto contenuto di fibre. La gamma comprende sette referenze, disponibili in formati lunghi e corti, tutti trafilati al bronzo per assicurare una superficie ruvida che trattiene al meglio i sughi, offrendo un'esperienza gustativa superiore e salutare».

pasta di eccellenza. Pasta Armando, d'altra parte, nasce premium già nel 2010, insieme alla stessa filiera italiana di grano duro con cui è prodotta – creata su intuizione del presidente e cavaliere del lavoro Armando Enzo De Matteis – anticipando le attuali richieste del mercato. Inoltre, è stata la prima pasta a essere certificata “Metodo zero residui di pesticidi e glifosato”».

Crescono le specialità di semola, senza glutine e high protein

Carlo Aquilano, chief commercial officer di De Cecco, afferma che in un contesto generale di mercato con una persistente e forte domanda di convenienza di alcuni segmenti di consumatori, si rileva una forte promozionalità di molti brand, a cui corrisponde una netta flessione del prezzo medio: «In

controtendenza, la nostra azienda registra una stabilità dei prezzi medi no promo e promo, con un forte contenimento della promozionalità, con una sostanziale stabilità della quota a valore (al 12,3%) e una crescita degli indici di prezzo medio (+5,3 p.ti). Tra i trend più rilevanti, vi è la crescita di consumo di diverse trafile gastronomiche oltre che delle specialità di semola, senza glutine e high protein. Abbiamo realizzato un piano di comunicazione impattante per rafforzare la percezione

delle unicità del “Metodo De Cecco” per una qualità superiore affidato al nostro testimonial Jannik Sinner. Grazie alla tecnica del “narrative matching”, la campagna punta a celebrare la passione, la cura del dettaglio e la capacità di selezionare il meglio da tutto il mondo. Stiamo valorizzando, inoltre, alcune linee come la Chef Edition, le trafile di pasta dell'alta ristorazione presentate sugli scaffali della distribuzione per gli “chef a casa”, la Pasta Senza Glutine e il nuovo lancio della Pasta High Protein Vegan Certified. Quest'ultima intercetta il crescente bisogno nutrizionale di un target allargato, con un concept multibenefit versatile dove al plus più richiesto “naturalmente ricco di proteine” se ne affiancano altri preziosi come quelli nutrizionali, etico/ambientali, sensoriali e gastronomici».



Benessere, filiera e trasparenza guidano i trend del settore

Rossella Ferro, responsabile marketing di La Molisana, racconta che il 2025 ha confermato la pasta come simbolo delle tavole italiane, anche in un contesto socio-economico complesso: «In questo scenario sembra emergere una polarizzazione tra la ricerca di convenienza e la premiumizzazione selettiva, che premia i prodotti la cui qualità è riconoscibile e costante. Nel 2025 la nostra azienda ha performato sopra mercato, con una crescita sostenuta e un ulteriore consolidamento del posizionamento competitivo. I dati Circana, anno terminante a dicembre 2025, certificano che nel combinato pasta secca semola + integrale siamo diventati il 2° pastificio d'Italia a volume, con una quota



del 10,8% e una crescita del 4,8%, superiore al mercato. Un risultato che si affianca a un dato per noi particolarmente significativo: nell'integrale siamo leader dell'industria di marca, con il 20,5% di quota. Le principali tendenze che abbiamo riscontrato sono, da una parte, la crescita strutturale del segmento benessere (integrale in primis), che intercetta bisogni concreti come la ricerca di equilibrio nutrizionale, sazietà, stile di vita attivo. Dall'altra, una sensibilità crescente verso filiera e trasparenza: l'origine delle materie prime, la tracciabilità e l'attenzione alle pratiche agricole stanno diventando driver di scelta soprattutto tra i consumatori più attenti».



FOCUS SULLA PASTA INTEGRALE

La Molisana ha lavorato per rafforzare il presidio della pasta di semola classica puntando su continuità qualitativa e innovazione dell'assortimento. «Abbiamo investito con decisione sull'integrale - spiega Rossella Ferro - perché è il segmento più coerente con la domanda di "benessere senza rinunce" che genera valore aggiunto a scaffale. Completeremo nel 2026 l'evoluzione, nel segno della sostenibilità, del packaging con la confezione 100% compostabile, una scelta che richiede investimenti e gestione di una tecnologia ancora poco diffusa, ma che consideriamo strategica per ridurre l'impatto e per anticipare aspettative di consumatori e filiera. Anche sul fronte industriale continuiamo a lavorare su efficienza energetica e riduzione dell'impronta ambientale, con un approccio concreto e non dichiarativo».

La pasta si orienta al benessere e alla nutrizione funzionale

Emidio Mansi, direttore commerciale Italia e global marketing director di Pastificio Lucio Garofalo, afferma che complessivamente le vendite di pasta sono rimaste stabili, un risultato positivo se consideriamo il contesto generale caratterizzato da una forte attenzione alla spesa e una crescente selettività nei consumi: «In questo scenario la pasta continua a rappresentare un alimento centrale nelle abitudini alimentari degli italiani, sia per la sua versatilità sia per il buon rapporto qualità-prezzo. Come nel



food, anche nel comparto della pasta l'orientamento verso il benessere si sta traducendo in una crescente attenzione verso prodotti con caratteristiche nutrizionali specifiche, come l'alto contenuto proteico o un maggiore apporto di fibre. In questo contesto abbiamo lanciato Strapasta, con l'obiettivo di proporre qualcosa di realmente distintivo all'interno di questo segmento. Non ci siamo limitati al solo tema delle proteine: Strapasta presenta infatti un alto contenuto proteico, ma anche un livello di fibre molto superiore rispetto alla pasta integrale, un basso picco glicemico, una minore quantità di glutine e una ricca presenza di minerali, tra cui potassio e magnesio. L'idea è stata quella di offrire un prodotto che rispondesse in modo più completo alle esigenze di chi cerca equilibrio nutrizionale senza rinunciare al gusto e alla qualità della pasta».

UNA COMUNICAZIONE VICINA AL CONSUMATORE

Negli ultimi anni l'azienda ha sviluppato diverse iniziative di comunicazione. «Garofalove è una campagna con cui abbiamo voluto raccontare la pasta come un vero e proprio gesto d'amore quotidiano – spiega Emidio Mansi – l'amore di chi la produce, di chi la cucina e di chi la condivide a tavola. È stato uno storytelling costruito attorno alle relazioni e ai momenti di convivialità, accompagnato anche da una forte componente emozionale nello spot. Oggi stiamo proseguendo su questa linea con Tuo Garofalo, un progetto che punta a rendere ancora più personale il rapporto con il consumatore. Su alcune confezioni abbiamo inserito piccoli messaggi dedicati ai diversi formati di pasta, quasi fossero delle dichiarazioni d'affetto. È un modo semplice ma efficace per valorizzare ogni formato e allo stesso tempo portare un elemento di novità e vivacità a scaffale».



La chiave è continuare a investire sulla qualità

Secondo **Guido Veronese, general manager Italia di Rummo**, il comparto pasta si conferma strutturalmente solido, ma caratterizzato da alcune dinamiche sfidanti: «Volatilità dei costi delle materie prime, pressione competitiva e crescente internazionalizzazione. Nei prossimi anni ci aspettiamo consumi in



leggera contrazione nei mercati maturi, maggiore polarizzazione tra primo prezzo e premium, oltre a una crescente competizione e crescita sui mercati esteri. Per sostenere la nostra crescita futura riteniamo decisive alcune leve strategiche come: un pricing coerente con il posizionamento

premium evitando dinamiche esclusivamente promozionali, un'efficienza produttiva per proteggere marginalità e competitività, l'export come motore di crescita strutturale e la comunicazione di marca per rafforzare distintività e valore percepito. La chiave sarà continuare a investire sulla qualità come elemento differenziante, senza scendere a compromessi, anche in un contesto competitivo complesso. Oggi stiamo concentrando i nostri investimenti lungo tre direttrici strategiche principali: rafforzamento della marca nel segmento premium, innovazione industriale e sviluppo commerciale multicanale, con forte spinta internazionale. I risultati concreti di questa strategia sono evidenti: abbiamo chiuso il 2025 con un fatturato di 260 milioni di euro, in crescita del 14% rispetto al 2024».

Origine e qualità della materia prima continuano a interessare i consumatori

Secondo **Giorgio Acconciaioco, responsabile vendite Italia di Granoro**, la pasta si conferma uno dei prodotti con la più alta penetrazione, sempre vicina al 98%: «Per noi le vendite di pasta nel 2025 hanno visto un incremento di circa il 2% a volumi, mentre la tendenza più importante che registriamo è nell'incremento delle vendite della pasta di filiera Dedicato 100% Puglia da 500 g e della linea Dedicato all'uovo. Un'ulteriore conferma di come l'origine del grano, la trafilatura e il packaging sostenibile facciano breccia nei consumatori. Ulteriore tendenza positiva che abbiamo registrato riguarda la pasta di filiera Dedicato 100% Puglia all'uovo sui formati di pasta "lunga a nido": tagliatelle e fettuccine, in particolare. È stato premiato il lavoro di upgra-



PASTA

SI ALLARGA L'OFFERTA SENZA GLUTINE

Negli ultimi mesi Rummo ha continuato a investire nell'ampliamento della propria offerta, con particolare attenzione al segmento senza glutine. «Tra le principali novità, stiamo lanciando le farine senza glutine per dolci e salati – afferma Guido Veronese – un'estensione naturale della nostra expertise nel gluten free. Si tratta di un progetto strategico che ci consente di presidiare un nuovo momento di consumo e di entrare nel mondo della preparazione domestica, intercettando una domanda in crescita sia da parte dei consumatori celiaci sia da parte di chi sceglie prodotti free from per motivi di benessere. Continueremo quindi a innovare nel core business della pasta di semola, ma anche nei segmenti ad alto potenziale come il senza glutine e le specialità».



de anche della linea uovo cominciato già da qualche anno, che ha portato ad avere un prodotto con grano di filiera 100% Puglia e uova fresche italiane allevate a terra. La sfoglia sottile e la trafilatura ruvida al bronzo sono la caratteristica dei nostri nidi (sia semola sia uovo) molto apprezzati e con volumi di vendita in decisa ascesa. Negli ultimi mesi abbiamo continuato a puntare con decisione sulla nostra linea premium Granoro Dedicato, che esprime valori molto chiari: origine del grano, qualità della materia prima e legame con il territorio».



FORTE IMPEGNO SULLA SOSTENIBILITÀ

Granoro sta rafforzando il suo impegno sulla sostenibilità, sia ambientale sia sociale. «Da un lato continuiamo a lavorare sulla filiera corta e certificata, sulla valorizzazione del grano coltivato in Puglia e sui processi produttivi sempre più responsabili – spiega Giorgio Acconciaioco – dall’altro proseguiamo il dialogo con gli agricoltori e con il territorio, perché crediamo che la sostenibilità passi anche da una filiera equa e trasparente, che oggi raccontiamo anche attraverso strumenti innovativi come la blockchain sviluppata con Authentico, che permette di tracciare e comunicare in modo chiaro e verificabile il percorso del grano dalla coltivazione fino alla pasta. Investiamo molto anche sulle attività trade: iniziative in-store ed eventi dedicati, con l’obiettivo di sostenere il sell-out e rafforzare la relazione con i partner della Gdo».

Le proposte che coniugano convenienza, qualità e gusto hanno una marcia in più

Alice Galli, marketing & communication director di Raviolificio Sciattolo, dichiara che il 2025 si è chiuso con risultati molto positivi: «Abbiamo registrato una crescita del 17,6% a volume e del 3,4% a valore, con un incremento anche delle quote di mercato. Nel complesso il mercato ha mostrato segnali positivi, con +3,7% a volume e +2,7% a valore. In un contesto di forte attenzione alla spesa, il prezzo resta uno dei principali driver d’acquisto. Allo stesso tempo, però, continuiamo a osservare interesse verso proposte che sappiano coniugare convenienza, qualità e gusto. In questo scenario diventa fondamentale offrire un assortimento equilibrato, capace di rispondere alle esigenze di valore senza rinunciare alla distintività e qualità del prodotto, spesso innovando non solo nelle proposte di ripieno, ma anche nell’esperienza di consumo. Nel corso del 2025 abbiamo lavorato molto sul rafforzamento del brand Sciattolo, attraverso un importante progetto



PASTA

di rebranding volto a valorizzare l'identità e i valori del raviolificio, dal dinamismo all'autenticità delle origini, fino alla centralità del gusto. Parallelamente continuiamo a investire sull'innovazione di prodotto, con formati di pasta ripiena pensati per valorizzare una maggiore presenza di ripieno e ricette dal profilo sempre più gourmet. Grande attenzione anche al packaging, con l'obiettivo di ridurre i materiali di imballo, aumentare la percentuale di riciclato e sviluppare soluzioni sempre più sostenibili, in linea con le direttive europee».



Il mercato premia prodotti innovativi e legati al benessere

Secondo **Marco Lentini, direttore marketing di Andriani SB**, il 2025 ha confermato la pasta come un pilastro della cultura alimentare italiana, anche in un contesto segnato da maggiore attenzione alla spesa e da cambiamenti nelle abitudini di consumo: «In questo scenario, il mercato ha premiato i brand capaci di intercettare nuove sensibilità legate al benessere, alla qualità degli ingredienti e a scelte più consapevoli. Per il nostro Gruppo è stato un anno di crescita significativa, con un fatturato in aumento del 10% rispetto al 2024, fino a 129 milioni di euro. I risultati a sell-out con-

fermano questa dinamica: Felicia ha chiuso il 2025 come la marca di pasta con la più alta crescita a valore assoluto (fonte Nielsen) e nei primi due mesi del 2026 ha registrato un ulteriore incremento della quota a valore, posizionandosi come primo brand del segmento (iper + super). Un risultato che conferma la solidità del posizionamento del brand e la crescente domanda di prodotti innovativi, coerenti con uno stile alimentare sano ed equilibrato.

Negli ultimi mesi abbiamo lavorato su più fronti, con un approccio integrato tra prodotto, comunicazione e distribuzione. Sul prodotto e sul packaging, ad esempio, abbiamo reso più chiari ingredienti e benefici nutrizionali, con l'obiettivo di semplificare la lettura a scaffale. Felicia sta evolvendo da specialista della pasta healthy a un brand capace di presidiare diversi momenti di consumo, ampliando progressivamente il proprio ruolo nella dieta quotidiana. In questa direzione si inseriscono anche le nuove referenze, che contribuiscono ad arricchire l'offerta con proposte sempre più in linea con le esigenze nutrizionali contemporanee».





**TESTATE
ONLINE**

Marzo 2026



CLASSIFICHE TREND NOVITÀ CONSUMI COMUNICAZIONE BUSINESS - TURISM

Home / 2026 / Marzo / 3 / Fini lancia 'Le Ricette Integrali', prima linea integrale di pasta fresca ripiena

NOVITÀ TOP NEWS

Fini lancia 'Le Ricette Integrali', prima linea integrale di pasta fresca ripiena



Fini lancia Le Ricette Integrali

Il Gruppo Fini (Holding Carisma) introduce una novità assoluta nel mercato della pasta fresca: la prima linea integrale di pasta ripiena, aprendo ufficialmente un segmento finora inesplorato nel banco frigo. La nuova gamma *Fini Le Ricette Integrali*, realizzata esclusivamente con farine e semole integrali, risponde alla crescente domanda di prodotti percepiti come più naturali, equilibrati e sostenibili, già molto rilevante in categorie affini.

Una nuova proposta integrale per un consumo quotidiano più consapevole

La scelta dell'integrale, ormai consolidata in molte categorie alimentari, non aveva ancora trovato spazio nella pasta fresca ripiena, nonostante il forte potenziale. La farina integrale è associata a naturalità, gusto rustico e maggiore ricchezza nutrizionale, valori particolarmente apprezzati da Millennial e Gen Z, che la collegano anche a un'idea di sostenibilità. In altri comparti, i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, segnale di un'opportunità concreta anche per il fresco ripieno.

La gamma: tre ricette pensate per rotazione e differenziazione

La linea *Fini Le Ricette Integrali* debutta con tre referenze da 250 grammi, formato mainstream pari a due porzioni, confezionate in una busta stand-up dal design distintivo e coerente con l'identità del brand. Le varianti selezionate rispondono ai gusti più diffusi del mercato:

- Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, primo ripieno per importanza nel segmento.
- Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno più rilevante.
- Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico, patate e formaggio con caglio microbico, adatti a un'alimentazione vegetariana.

La sfoglia integrale, grezza e porosa, è pensata per offrire un gusto più intenso e autentico, mantenendo la tradizione emiliana che caratterizza il marchio.

Un'innovazione attesa dai consumatori e strategica per la distribuzione

I concept test condotti sui consumatori mostrano un apprezzamento trasversale: la linea è percepita come attesa, capace di portare autenticità e gusto e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana. Per la distribuzione, rappresenta un'opportunità di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale, intercettando una domanda integrale in forte crescita.

Un nuovo capitolo per un marchio storico

La nuova linea integrale sarà disponibile da marzo 2026 e segna l'ingresso ufficiale della pasta fresca ripiena in una nuova fase evolutiva, più contemporanea e più vicina alle esigenze dei consumatori.



DISTRIBUZIONE

Home » DISTRIBUZIONE » Nuova frontiera del fresco: con FINI la pasta...



Nuova frontiera del fresco: con FINI la pasta ripiena diventa integrale

📅 03/03/2026 17:45 📍 Redazione Agenfood 📁 DISTRIBUZIONE

(Agen Food) – Modena, 03 mar. – Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. La farina integrale è percepita spesso come più naturale, perché meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un gusto più rustico ed autentico, associata da Millennials e Gen Z anche a una maggiore sostenibilità. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena.

Da questa intuizione nasce la nuova linea **FINI Le Ricette Integrali**, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un formato mainstream da 250 grammi, pari a due porzioni, presentato in una busta stand-up dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini. La gamma si compone di tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, primo ripieno del mercato; i Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

I concept test condotti sui consumatori confermano che la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana. Con disponibilità da marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.



Home Food&Grocery ▾ Retail International News ▾ Sosteni

Pasta fresca ripiena, nasce la prima gamma 100% integrale firmata FINI

Di Marchese Benedetto

Food&Grocery, Pasta fresca · 3 Marzo 2026



Il Gruppo FINI inaugura ufficialmente un nuovo segmento nel banco frigo con il lancio di FINI Le Ricette Integrali, la prima linea di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farine e semole integrali, segnando un passaggio strategico per l'evoluzione della categoria. L'operazione intercetta una domanda strutturale e in crescita: quella dei prodotti integrali, già consolidati in numerosi comparti grocery e percepiti come più naturali, equilibrati e coerenti con uno stile alimentare contemporaneo.

Se nelle categorie a maggiore frequenza di acquisto l'alternativa integrale rappresenta ormai una quota compresa tra il 9% e il 30% delle vendite, nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio risultava finora poco presidiato, nonostante il potenziale espresso anche nel canale fuori casa. FINI sceglie quindi di presidiare per prima un'area ad alto valore, creando di fatto un nuovo segmento assortimentale e offrendo alla distribuzione una leva di differenziazione concreta.

La nuova gamma si distingue per l'utilizzo esclusivo di farina e semola integrale, fonte di fibre, con una sfoglia grezza e porosa studiata per esaltare un gusto rustico e autentico, in linea con le aspettative di un consumatore sempre più attento alla qualità degli ingredienti. Il formato da 250 grammi, pari a due porzioni, è pensato in chiave mainstream per favorire rotazione e accessibilità, mentre la busta stand-up mantiene coerenza grafica con il sistema visivo delle altre linee FINI, garantendo riconoscibilità a scaffale.

La gamma comprende tre referenze strategiche per coprire i principali driver di scelta: Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano. Ravioli alla Carne con ripieno a base di carne arrosto e Ravioli Pesto e Patate, questi ultimi adatti a un'alimentazione vegetariana grazie all'utilizzo di formaggio con caglio microbico. La selezione dei ripieni risponde a logiche di rotazione e differenziazione, con l'obiettivo di presidiare sia i gusti più tradizionali sia le esigenze di consumo emergenti.

I concept test condotti sui consumatori evidenziano un apprezzamento trasversale e la percezione della linea come "attesa" all'interno della categoria, con una dichiarata capacità di inserirsi nella routine alimentare quotidiana senza sacrificare il gusto. Particolarmente rilevante il giudizio espresso da Millennials e Gen Z, che associano l'integrale non solo a benefici nutrizionali ma anche a un'idea di maggiore sostenibilità e minore processamento.

Disponibile da marzo 2026, FINI Le Ricette Integrali rappresenta per buyer e category manager un'opportunità di innovazione assortimentale in un comparto maturo, capace di generare valore incrementale e ampliare la base di consumatori della pasta fresca ripiena. L'apertura del segmento integrale nel fresco può infatti contribuire a rafforzare l'attrattività del banco frigo, stimolando acquisti aggiuntivi e favorendo una maggiore premiumizzazione della categoria.



DEGUSTA

HOME NEWS DEGUSTA TV LA RIVISTA CONTATTI

Market & News 3 Marzo 2026 4 Minuti

Nuova frontiera del fresco: con FINI, l'integrale che mancava, ora c'è!!

La nuova linea inaugura un segmento innovativo nel banco frigo, unendo gusto autentico, valore nutrizionale e una grande opportunità di crescita per la categoria.

Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato, nonostante sia affermato di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. La farina integrale è percepita spesso come più naturale, perché meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un gusto più rustico ed autentico, associata da Millennials e Gen Z anche a una maggiore sostenibilità. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena.



Da questa intuizione nasce la nuova linea **FINI Le Ricette Integrali**, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con **farina e semola integrale**, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un formato mainstream da 250 grammi, pari a due porzioni, presentato in una busta stand-up dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini.

La gamma si compone di tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione. I **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne** con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.



I concept test condotti sui consumatori confermano che la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost (tocco aggiuntivo...) di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana. Con disponibilità da marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.



Il Gruppo Fini SpA, società italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria gastronomica di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Gruppo Fini SpA
Strada Albareto, 211
41122 Modena (MO)
Tel. +39 059 25 91 11
www.gruppofini.it



Home > Pasta, pane & dolci > Da Fini la pasta ripiena integrale

PASTA, PANE & DOLCI

Da Fini la pasta ripiena integrale

3 Marzo 2026



Il **Gruppo FINI** lancia la prima linea integrale di pasta fresca ripiena, inaugurando un segmento altamente potenziale nel banco frigo. La nuova linea **FINI Le Ricette Integrali**, realizzata con sole farine integrali, intercetta la crescente domanda di prodotti integrali, percepiti come più naturali, equilibrati e sostenibili, già molto rilevante in categorie affini.

La gamma, in formato da 250 grammi, comprende tre referenze: **Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli al Pesto e Patate** adatti ad una alimentazione vegetariana. I concept test condotti sui consumatori evidenziano un apprezzamento trasversale e la capacità di inserirsi nella routine alimentare quotidiana.

Disponibile da marzo 2026, la linea rappresenta per la distribuzione un'opportunità di innovazione assortimentale e la creazione di valore a scaffale, aprendo ufficialmente il segmento integrale nella pasta fresca ripiena.



Home • Modena • Cronaca • **Le aziende locali entrano in classe. Laboratori dalla terra alla tecnologia**

Le aziende locali entrano in classe. Laboratori dalla terra alla tecnologia

Un orientamento consapevole dedicato a una cinquantina di studenti dell'istituto Tina Anselmi.



La presentazione del Progetto P.e.r.a. che interesserà alcuni studenti della scuola Tina Anselmi

Ha preso il via ieri a Ravarino un **progetto scolastico** che mira a integrare **scuola e territorio**, creando un ponte tra i due mondi a partire dalla scuola secondaria di primo grado. Si tratta di **laboratori** che si concluderanno il 27 maggio, per un totale di tredici lezioni teoriche e pratiche a cadenza settimanale in cui 48 ragazze e ragazzi della scuola secondaria di primo grado Tina Anselmi verranno a contatto con realtà e **imprese locali**. I ragazzi ascolteranno, impareranno e, non di meno, faranno: la parte pratica prevede, infatti, che studenti e studentesse, affiancati da docenti ed esperti delle aziende, si cimentino nella produzione di marmellate e nella realizzazione di bustine riutilizzabili, in tessuto, per contenere i vasetti; ciascuno, alla fine, porterà a casa l'esperienza e il risultato del proprio lavoro.

"Quando progettammo la nuova scuola secondaria di primo grado, - ha spiegato la sindaca Maurizia Rebecchi - avevamo in mente un luogo innovativo, che con i suoi laboratori e una hall, che può diventare piazza, si apre ai ragazzi, alle ragazze, alle famiglie, alla comunità e al territorio anche in orario extrascolastico. Oggi, con la preziosa collaborazione delle **imprese locali**, questo progetto diventerà un'esperienza formativa concreta". Il progetto si chiama **P.E.R.A.**, ed è acronimo che sposa una frutticoltura tipica del territorio e l'accompagna oltre, alla scoperta dell'innovazione e delle relazioni tra i settori produttivi: Piping, Elettronica, Robotica, Agroalimentare. "Piping", sicuramente la meno nota, è il termine inglese usato per riferirsi alla produzione di tubi e raccordi tubolari: un settore che vede la T.Erre di Ravarino tra i principali protagonisti mondiali. Compresa T.Erre sono 5 le imprese coinvolte nel progetto: Conserve Italia e Conserve della Nonna del Gruppo Fini, Storci Perforazioni, storica azienda locale, e Stone Island, marchio della moda e conosciuto in tutto il mondo. Gli incontri si terranno, con cadenza settimanale e bisettimanale: una scuola aperta al territorio anche al pomeriggio per offrire ai propri ragazzi e ragazze non solo formazione, ma anche nuove opportunità per impegnare il proprio tempo e costruire nuove e diverse relazioni.

Alberto Greco



NATOCONLAVALIGIA

HOME ARTE & CULTURA ▾ ASSAGGI & GUSTI ▾ AUTO & MOTO &... ▾ EVENTI & INIZIATIVE ▾ NOTIZIE TURISMO ▾ VIDEO ▾



Finì-GammaIntegrali

ASSAGGI & GUSTI AZIENDE & PRODOTTI NATOCONLAVALIGIA

LA NUOVA FRONTIERA DEL FRESCO

04/03/2026 - Natoconlavaligia Redazione

CON FINI LA PASTA RIPIENA DIVENTA INTEGRALE.

LA NUOVA LINEA INAUGURA UN SEGMENTO INNOVATIVO NEL BANCO FRIGO, UNENDO GUSTO AUTENTICO, VALORE NUTRIZIONALE E UNA GRANDE OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LA CATEGORIA.



Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, **nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato**, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. **La farina integrale** è percepita spesso come **più naturale**, perché **meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale**, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un **gusto più rustico ed autentico**, associata da Millennials e Gen Z anche a una **maggiore sostenibilità**. In categorie affini i prodotti Integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente **l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena**.

Da questa intuizione nasce **la nuova linea FINI Le Ricette Integrali, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre**, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un **formato mainstream da 250 grammi**, pari a due porzioni, presentato in una **busta stand-up** dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini. La gamma si compone di **tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione**: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne** con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

I concept test condotti sui consumatori confermano che **la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana**. Con disponibilità **da marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale**, intercettando la domanda crescente di prodotti Integrali.

Il **Gruppo Fini SpA**, società italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

04/03/2026 08:45:31 Nota stampa "borderlineagency"



Aziende & Prodotti

Fini e la nuova frontiera del fresco: pasta ripiena integrale

Di Redazione | 4 Marzo 2026



La nuova linea inaugura un segmento innovativo nel banco frigo, unendo gusto autentico, valore nutrizionale e una grande opportunità di crescita per la categoria.

Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea.

La farina integrale è percepita spesso come più naturale, perché meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un gusto più rustico ed autentico, associata da Millennials e Gen Z anche a una maggiore sostenibilità. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena.



Da questa intuizione nasce la nuova linea **Fini Le Ricette Integrali**, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso.

La gamma sarà offerta in un formato mainstream da 250 grammi, pari a due porzioni, presentato in una busta stand-up dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini.

La gamma si compone di tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto**, secondo ripieno per importanza; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

I concept test condotti sui consumatori confermano che la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana.

Già disponibile da questo mese marzo, Fini pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.

Gruppo Fini SpA

La società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. Fini è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina.

Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

ARNI DOLCI&SALATI FIERE FORMAGGI GROCERY LUXURY MERCATO ORTOFRUTTA RETAIL SALUMI SURTI



Gruppo Fini lancia la prima linea integrale di pasta fresca ripiena

4 Marzo 2026 - 10:32 | Categorie: Grocery

Modena – Il **Gruppo Fini** porta un'importante novità nei banchi frigo con il lancio de **Le Ricette Integrali**, la nuova linea di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con **farina e semola integrale**. Si tratta dell'unica gamma nel segmento a proporre una **sfoglia 100% integrale**: grezza e porosa, studiata per esaltare la consistenza e trattenere al meglio il condimento. Proposta nel formato da **250 grammi in busta stand-up**, la linea si articola in **tre referenze** ad alta rotazione: Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano; Ravioli di Carne con ripieno di arrosto; Ravioli Pesto e Patate, ideali anche per un'alimentazione vegetariana. Disponibile da marzo 2026, la nuova gamma rappresenta un'opportunità concreta di innovazione e creazione di valore a scaffale, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali nel comparto fresco.

Nelle categorie di largo consumo l'alternativa integrale è ormai consolidata, ma nel mondo della pasta ripiena questo spazio risulta ancora poco presidiato, nonostante il crescente interesse verso scelte alimentari più sane e consapevoli. La farina integrale, percepita come più naturale e meno processata, è apprezzata per l'apporto di fibre e per il gusto rustico e intenso. Un trend trasversale che coinvolge anche Millennials e Gen Z, particolarmente sensibili ai temi di benessere e sostenibilità. In categorie affini, i prodotti integrali incidono già tra il 9% e il 30% delle vendite, evidenziando un potenziale di sviluppo significativo anche per la pasta fresca ripiena.



**DISTRIBUZIONE
MODERNA**

Il primo quotidiano online sulla GDO

[VIDEO](#) [TGDO](#) [PODCAST](#) [DM MAGAZINE](#) [PL MAGAZINE](#) [SPECIA](#)

PRODOTTI

[Torna in Home](#)

Gruppo Fini: la pasta ripiena diventa integrale e inaugura un nuovo segmento nel banco frigo



redazione

Gruppo Fini lancia **Le Ricette Integrali**, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico e intenso.

La gamma sarà offerta in un **formato mainstream da 250 g**, pari a due porzioni, presentato in una **busta stand-up** dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini.

Tre referenze

La linea – disponibile da marzo 2026 – si compone di **tre referenze**: i **Tortellini al prosciutto crudo e parmigiano reggiano**; i **Ravioli di carne** con ripieno a base di carne arrostito; i **Ravioli pesto e patate**, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico.

I concept test condotti dal Gruppo Fini sui consumatori confermano che la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana.



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE



FINI lancia una nuova linea di pasta fresca ripiena con farina integrale

FINI amplia l'offerta con Le Ricette Integrali disponibili in tre varianti



Il turismo italiano cresce ma le competenze professionali restano indietro

Formazione Alberghiera indica la strada per colmare il gap strutturale



La rivista di informazione dell'Horeca e del Food Service distribuita gratuitamente a oltre 42.000 operatori del settore e sfogliabile, **senza alcuna restrizione**, online in PDF.

COLLABORIAMO

LEGGI IL NUMERO 10

VUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

SCRIVI ALLA REDAZIONE

HorecaNews

info@horecanewsletter.com

Visualizza tutte le newsletter precedenti:

www.horecanewsletter.com

Non vuoi più ricevere questa newsletter?

[Cancella la tua iscrizione](#)





HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI RISTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA EVENTI RUBRICHE

FINI lancia Le Ricette Integrali, nuova linea di pasta fresca ripiena con farina integrale

FINI amplia l'offerta con Le Ricette Integrali, prima linea di pasta fresca ripiena con sfoglia integrale disponibile in tre varianti

ALIMENTARI

Redazione 5 Marzo 2026 - 14:58

NOVITÀ

FINI MODENA 1912

L'INTEGRALE CHE MANCAVA. ORA C'È.

ALIMENTARI - Nelle categorie alimentari di consumo quotidiano, le **varianti integrali** rappresentano ormai una presenza stabile. Nel comparto della **pasta fresca ripiena**, invece, questa proposta è rimasta finora poco sviluppata, nonostante si tratti di un segmento solido e rilevante in numerosi ambiti, compreso quello del fuori casa. In questi contesti, l'opzione integrale continua a consolidarsi come scelta attuale e trasversale.

La farina integrale viene spesso interpretata dai consumatori come un ingrediente più naturale, poiché sottoposto a minori processi di raffinazione e caratterizzato da un profilo nutrizionale più ricco. È particolarmente apprezzata da chi ricerca un'alimentazione più salutare e un sapore più rustico e autentico. Tra Millennials e Gen Z, inoltre, questo tipo di prodotto è associato anche a una maggiore attenzione verso la sostenibilità. In categorie analoghe, gli articoli integrali coprono già una quota di vendite compresa tra il 9% e il 30%, dato che evidenzia il potenziale per sviluppare un nuovo segmento anche nel mercato della pasta fresca ripiena.

Da questa considerazione prende forma la linea **FINI Le Ricette Integrali**, unica gamma di pasta fresca ripiena **prodotta esclusivamente con farina e semola integrale**. Il prodotto è **forte di fibre** e presenta una sfoglia dalla consistenza grezza e porosa, studiata per valorizzare un gusto intenso e rustico.

La linea sarà proposta nel formato da **250 grammi**, equivalente a due porzioni. Il prodotto verrà confezionato in una **busta stand-up con un packaging distintivo**, progettato in coerenza con il sistema grafico che caratterizza le altre linee Fini.

L'offerta comprende tre referenze selezionate con l'obiettivo di garantire rotazione e differenziazione a scaffale: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne** con ripieno a base di carne arrostita, secondo ripieno per importanza; e i **Ravioli Pesto e Patate**, preparati con pesto al basilico, patate e formaggio con caglio microbico, pensati anche per chi segue un'alimentazione vegetariana.

le Ricette INTEGRALI

FINI MODENA 1912

SFOGLIA RUVIDA CON SOLO FARINE INTEGRALI

TORTELLINI al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano

FORTE DI FIBRE

2 MINUTI 250g e

le Ricette INTEGRALI

FINI MODENA 1912

SFOGLIA RUVIDA CON SOLO FARINE INTEGRALI

RAVIOLI al Pesto e Patate

ANCHE PER VEGETARIANI

FORTE DI FIBRE

3 MINUTI 250g e

le Ricette INTEGRALI

FINI MODENA 1912

SFOGLIA RUVIDA CON SOLO FARINE INTEGRALI

RAVIOLI alla Carne

FORTE DI FIBRE

3 MINUTI 250g e

I concept test realizzati con i consumatori indicano che la linea è stata apprezzata in modo trasversale e considerata attesa. I risultati segnalano la capacità di offrire un plus di gusto e autenticità e di integrarsi facilmente nelle abitudini alimentari quotidiane.

La disponibilità della pasta ripiena integrale FINI è prevista a partire da marzo 2026. Per buyer e operatori del settore, la nuova linea rappresenta un'opportunità di innovazione dell'assortimento e di creazione di valore a scaffale, in risposta alla crescente domanda di prodotti integrali.



HOME PAGE NOTIZIE RETAIL IN PRIMO PIANO VIDEO, PODCAST E INTERVISTE

Home > Prodotti e Brand > FINI porta l'integrale nella pasta fresca ripiena con la linea Le Ricette...

Prodotti e Brand

FINI porta l'integrale nella pasta fresca ripiena con la linea Le Ricette Integrali

pubblicato da Redazione 5 Marzo 2026

14 0



Nel panorama delle categorie alimentari di uso quotidiano, le **varianti integrali** risultano ormai diffuse e consolidate. Nel comparto della **pasta fresca ripiena**, tuttavia, questa tipologia è rimasta finora poco sviluppata, nonostante il segmento presenti una presenza consolidata e rilevante in diversi ambiti, compreso quello del fuori casa. In questi contesti, l'opzione integrale si conferma una scelta attuale e trasversale.

La farina integrale viene spesso considerata più naturale, perché sottoposta a un livello inferiore di lavorazione e caratterizzata da un profilo nutrizionale più ricco. Questo ingrediente incontra il favore di consumatori che ricercano un'alimentazione percepita come più sana e un sapore più rustico e autentico. Inoltre, tra Millennials e Gen Z è frequentemente associata anche a un'attenzione maggiore verso la sostenibilità. Nei segmenti affini, i prodotti integrali rappresentano già una quota di vendite compresa tra il 9% e il 30%, dato che evidenzia il potenziale per sviluppare un nuovo spazio anche nel mercato della pasta fresca ripiena.

Da questa prospettiva nasce **FINI Le Ricette Integrali**, linea di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale. La gamma è fonte di fibre e presenta una sfoglia con struttura grezza e porosa, progettata per valorizzare un gusto rustico e intenso.

Il prodotto sarà disponibile in un **formato mainstream da 250 grammi**, corrispondente a due porzioni. Il confezionamento è previsto in una busta stand-up con packaging distintivo, sviluppato in coerenza con il sistema grafico che caratterizza le altre linee Fini.

L'assortimento comprende tre referenze selezionate con l'obiettivo di assicurare rotazione e differenziazione: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, primo ripieno del mercato; i **Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto**, secondo ripieno per importanza; e i **Ravioli Pesto e Patate**, preparati con pesto al basilico, patate e formaggio con caglio microbico, indicati anche per un'alimentazione vegetariana.



I concept test effettuati sui consumatori indicano che la linea è stata apprezzata in modo trasversale e considerata attesa. Le rilevazioni segnalano la capacità di apportare un incremento percepito di gusto e autenticità e di inserirsi con facilità nella routine alimentare quotidiana.



Con disponibilità prevista a partire da marzo 2026, la pasta ripiena integrale FINI viene proposta come un'opportunità di innovazione dell'assortimento per buyer e operatori del settore, con l'obiettivo di generare valore a scaffale intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.







UTOMOTIVE NAUTICA GREEN **FOOD & HOSPITALITY** DESIGN FASHION & BEAUTY SPORT ALTRO ▾

HOME>ARRIVA LA PRIMA PASTA FRESCA RIPIENA INTEGRALE A RIVOLUZIONARE LO SCAFFALE

FOOD&HOSPITALITY

FOOD&BEVERAGE CUCINA SALONI ▾ EVENTI ▾ TRAVELLING CORPORATE ▾

MARZO 05. 2026 - FINI

ARRIVA LA PRIMA PASTA FRESCA RIPIENA INTEGRALE A RIVOLUZIONARE LO SCAFFALE

La nuova linea inaugura un segmento innovativo nel banco frigo, unendo gusto autentico, valore nutrizionale e una grande opportunità di crescita per la categoria.

Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. La farina integrale è percepita spesso come più naturale, perché meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un gusto più rustico ed autentico, associata da Millennials e Gen Z anche a una maggiore sostenibilità. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena. Da questa intuizione nasce la nuova linea FINI Le Ricette Integrali, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un formato mainstream da 250 grammi, pari a due porzioni, presentato in una busta stand-up dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini. La gamma si compone di tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, primo ripieno del mercato; i Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

I concept test condotti sui consumatori confermano che la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana. Con disponibilità da marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.

FOTOGALLERY (4) Login to download



PRODOTTI PER IL CONSUMER

NUOVA FRONTIERA DEL FRESCO: CON FINI LA PASTA RIPIENA DIVENTA INTEGRALE

Pubblicato da **Redazione** 04/03/2026

La nuova linea inaugura un segmento innovativo nel banco frigo, unendo gusto autentico, valore nutrizionale e una grande opportunità di crescita per la categoria.

Se nelle più comuni categorie a uso quotidiano l'alternativa integrale è ormai una presenza consolidata, **nel segmento della pasta fresca ripiena questo spazio è rimasto finora poco esplorato**, nonostante sia affermato e di valore in molti comparti, compreso il fuori casa, confermandosi una scelta trasversale e contemporanea. **La farina integrale** è percepita spesso come **più naturale**, perché **meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale**, apprezzata da un consumatore in cerca di un'alimentazione più sana, di un **gusto più rustico ed autentico**, associata da Millennials e Gen Z anche a una **maggiore sostenibilità**. In categorie affini i prodotti integrali rappresentano già dal 9% al 30% delle vendite, rappresentando chiaramente **l'opportunità di creare un nuovo segmento anche nella pasta fresca ripiena**.

Da questa intuizione nasce **la nuova linea FINI Le Ricette Integrali**, l'unica gamma di pasta fresca ripiena realizzata **esclusivamente con farina e semola integrale, fonte di fibre**, con sfoglia grezza e porosa pensata per offrire un gusto rustico ed intenso. La gamma sarà offerta in un **formato mainstream da 250 grammi**, pari a due porzioni, presentato in una **busta stand-up** dal pack distintivo e coerente con il sistema grafico delle altre linee Fini. La gamma si compone di **tre referenze selezionate per garantire rotazione e differenziazione**: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, primo ripieno del mercato; i Ravioli di Carne con ripieno a base di carne arrosto, secondo ripieno per importanza; i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico e patate e formaggio con caglio microbico, ideali per un'alimentazione vegetariana.

I concept test condotti sui consumatori confermano che **la linea è stata trasversalmente apprezzata e dichiarata come attesa, capace di portare un boost di gusto ed autenticità e di inserirsi facilmente nella routine alimentare quotidiana**. Con disponibilità da marzo 2026, FINI pasta ripiena integrale rappresenta per buyer ed operatori un'opportunità concreta di **innovazione assortimentale e di creazione di valore a scaffale**, intercettando la domanda crescente di prodotti integrali.



Home > Economia e finanza > Italia. FINI SpA rivoluziona il mercato della pasta fresca ripiena con la...

Economia e finanza

Italia, FINI SpA rivoluziona il mercato della pasta fresca ripiena con la nuova linea integrale Le Ricette Integrali

3 Marzo 2026

Il Gruppo FINI presenta la prima linea integrale di pasta fresca ripiena

Il Gruppo FINI ha lanciato la prima linea integrale di pasta fresca ripiena, aprendo un nuovo segmento potenziale nel banco frigo. La nuova linea FINI Le Ricette Integrali è realizzata con sole farine integrali e si rivolge a una crescente domanda di prodotti integrali, percepiti come più naturali, equilibrati e sostenibili.

La gamma, disponibile in formato da 250 grammi, comprende tre referenze: Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli al Pesto e Patate, adatti anche a un'alimentazione vegetariana. I concept test condotti sui consumatori hanno evidenziato un apprezzamento trasversale e la capacità della linea di inserirsi nella routine alimentare quotidiana.

La pasta integrale è vista come più naturale, meno processata e più ricca dal punto di vista nutrizionale, rispondendo alle esigenze di un consumatore interessato a un'alimentazione sana e sostenibile, così come confermato da Millennials e Gen Z. In categorie affini, i prodotti integrali rappresentano già una parte significativa delle vendite, indicando un'opportunità di sviluppo anche nel settore della pasta fresca ripiena.

La linea FINI Le Ricette Integrali è stata creata per offrire un gusto rustico ed autentico, con una farina integrale che è fonte di fibre. Le tre referenze proposte sono state selezionate per garantire rotazione e differenziazione sul mercato, coprendo sia i tortellini che i ravioli con diversi tipi di ripieno.

Disponibile a partire da marzo 2026, la pasta ripiena integrale di FINI rappresenta un'opportunità di innovazione assortimentale per la distribuzione, aprendo ufficialmente il segmento integrale nel settore della pasta fresca ripiena.

Il Gruppo Fini SpA, società italiana di proprietà di Holding Carisma, è un punto di riferimento nel settore alimentare. Il marchio FINI porta il gusto della tradizione emiliana in cucina, esportando i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo. Con la nuova linea di pasta fresca ripiena integrale, Fini punta a unirsi al trend dei prodotti integrali e a soddisfare le esigenze di un consumatore sempre più attento alla qualità e alla sostenibilità.



FoodyBev.com

HOME PAGE NOTIZIE FOOD BEVERAGE MIXOLOGY E SPIRITS PROTAGONISTI

FOOD Ortofrutta e Legumi

Legumi in crescita: Le Conserve della Nonna lancia tre nuovi prodotti in vetro da aprile 2026

By Redazione - 19 Marzo 2026

51 0



Il mercato italiano dei legumi registra una domanda in espansione, sostenuta dalla percezione di questi alimenti come clean, healthy & functional food: ricchi di proteine vegetali e fibre, con un basso contenuto di grassi. La tendenza si intreccia con la progressiva riduzione del consumo di proteine animali da parte di un numero crescente di consumatori, che orienta la crescita delle diete plant-based. In questo quadro i legumi si consolidano come prima fonte proteica alternativa, apprezzata per il costo contenuto, la sostenibilità ambientale e la versatilità d'impiego. A favorire l'approccio flexitariano concorrono anche la ridotta impronta di CO₂, il minor fabbisogno idrico rispetto alle proteine animali e una sensibilità diffusa verso il benessere animale.

In risposta a questa evoluzione del mercato, **Le Conserve della Nonna** introduce da aprile tre referenze inedite, tutte nel formato vaso in vetro da 360g. La prima è costituita dalle **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, fonte di proteine. Il vetro viene scelto per valorizzare qualità e naturalità del prodotto, mentre la certificazione IGP e l'origine italiana rafforzano il posizionamento distintivo del brand. La presenza sullo scaffale in questo segmento — specie nel formato vetro — rimane ancora contenuta, con margini per proposte di profilo premium.



Le altre due novità riguardano la gamma mix. Il **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** aggiorna l'attuale "Armonia di Legumi" con nuova denominazione e grafica rinnovata, mantenendo la vocazione per zuppe, minestre e piatti caldi. Il **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** si distingue per l'inclusione dell'edamame, ingrediente che orienta la proposta verso insalate, poké e piatti freddi, pur restando adatta anche a preparazioni calde. Entrambe le referenze condividono lista ingredienti corta, ricetta pulita e indicazioni specifiche di utilizzo.

La diffusione di formati contemporanei come bowl, pronti al consumo, paste proteiche e snack sta modificando la percezione del legume, sempre meno associato alla sola tradizione culinaria e sempre più considerato un ingrediente pratico e attuale.



Home Food&Grocery ▾ Retail International News ▾

Le Conserve della Nonna amplia la gamma con i nuovi Ragù Vegetali a base di legumi

Di Redazione

Conserve vegetali, Food&Grocery | 11 Marzo 2026



Le proteine vegetali continuano a guadagnare spazio sugli scaffali della distribuzione moderna, spingendo le aziende del comparto alimentare a innovare l'offerta nella categoria dei sughi pronti. In questo scenario si inserisce la nuova proposta di Le Conserve della Nonna, marchio del Gruppo Fini, che da aprile 2026 introduce sul mercato i nuovi Ragù Vegetali 100% naturali.

La novità riguarda due referenze – Ragù di Lenticchie e Ragù di Fagioli – entrambe disponibili nel formato in vaso di vetro da 300 grammi. Si tratta di prodotti pensati per intercettare una domanda crescente di soluzioni proteiche vegetali semplici e poco processate, sempre più richieste da un consumatore attento alla naturalità degli ingredienti e alla trasparenza dell'etichetta.

A differenza di molte proposte presenti sul mercato, spesso formulate per imitare la consistenza e l'aspetto del macinato di carne, i nuovi ragù dell'azienda modenese scelgono una strada diversa: valorizzare i legumi come ingrediente principale senza ricorrere a soia o a proteine vegetali strutturate. Le ricette utilizzano infatti legumi veri e interi, con una lista ingredienti corta e senza l'aggiunta di aromi artificiali.

L'approccio produttivo punta quindi su semplicità e riconoscibilità della materia prima. Il risultato è un ragù vegetale dal gusto ricco e dalla consistenza rustica che non intende replicare la carne ma proporre un'alternativa autentica, capace di richiamare la preparazione domestica e la tradizione culinaria italiana.

Con questa estensione di gamma, Le Conserve della Nonna rafforza la propria presenza nella categoria dei sughi pronti, con una proposta coerente con i valori storici del marchio: ingredienti naturali, ricette tradizionali e attenzione alla qualità. Allo stesso tempo l'azienda dimostra la capacità di interpretare i nuovi orientamenti di consumo, sempre più orientati verso alimenti vegetali e meno trasformati.

Il lancio dei nuovi Ragù Vegetali si inserisce quindi in una strategia di innovazione che mantiene al centro la tradizione gastronomica italiana, reinterpretandola in chiave contemporanea e in linea con le nuove esigenze nutrizionali.

Le Conserve della Nonna fa parte del Gruppo Fini SpA, storica realtà alimentare modenese oggi controllata dalla Holding Carisma. Il marchio FINI rappresenta uno dei nomi più riconosciuti della pasta fresca emiliana e, a oltre un secolo dalla fondazione dell'originaria salumeria-gastronomia nel 1912, il gruppo è diventato un moderno operatore industriale con oltre 100 dipendenti ed esportazioni in circa 30 Paesi.

All'interno del portafoglio aziendale, Le Conserve della Nonna propone una gamma ampia di passate, sughi, condimenti e confetture ispirati alle tradizioni regionali italiane e realizzati secondo metodi produttivi che coniugano lavorazioni tradizionali e standard industriali di qualità e sicurezza alimentare.



CLASSIFICHE TREND NOVITÀ CONSUMI COMUNICAZIONE BUSINESS - TURISMO

Home / 2026 / Marzo / 11 / Le Conserve della Nonna presenta i nuovi Ragù Vegetali

NOVITÀ

Le Conserve della Nonna presenta i nuovi Ragù Vegetali



Ragù di Fagioli Tondini

Le Conserve della Nonna amplia la propria gamma con il lancio dei nuovi **Ragù Vegetali**, disponibili da aprile 2026 nel formato da 300 g. Le due referenze – **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli** – nascono per rispondere alla crescente domanda di proteine vegetali semplici, naturali e poco processate, mantenendo intatto lo stile dell'azienda: ricette genuine, trasparenti e fedeli alla tradizione.

Una nuova linea che valorizza i legumi veri e la semplicità delle ricette tradizionali

Come evidenziato nel comunicato, la scelta produttiva è chiara: utilizzare **legumi veri e interi**, senza soia, senza proteine vegetali trasformate per imitare la carne e senza ingredienti "travestiti". L'obiettivo non è replicare il macinato, ma proporre un ragù vegetale autentico, rustico e ricco di gusto, capace di valorizzare la materia prima.

Ingredienti semplici e riconoscibili: la filosofia dei nuovi ragù

La nuova linea si distingue per una lista ingredienti corta e pulita, senza aromi aggiunti e senza componenti ultra-processati. Le Conserve della Nonna punta su un approccio essenziale, che richiama il "fatto in casa" e risponde alle esigenze di un consumatore sempre più attento alla naturalità e alla trasparenza in etichetta.

Il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli interpretano la tradizione italiana in chiave contemporanea, offrendo un'alternativa vegetale che non imita, ma esalta la semplicità dei legumi, con una consistenza rustica e un sapore pieno.

Una risposta concreta ai trend del mercato

Le proteine vegetali rappresentano oggi un trend consolidato anche nel segmento dei sughi pronti. Molte proposte presenti sugli scaffali puntano a replicare la texture del macinato di carne, ma Le Conserve della Nonna sceglie una strada diversa: **non imitare, ma innovare nel rispetto della tradizione.**

La nuova linea intercetta:

- la crescente ricerca di proteine vegetali naturali
- la preferenza per prodotti meno processati
- l'attenzione alla qualità degli ingredienti
- la richiesta di ricette semplici e riconoscibili

Disponibili da aprile 2026, i due nuovi ragù vegetali saranno proposti in **vaso di vetro da 300 g**, nel solco della filosofia del brand che privilegia packaging trasparente e immediatamente leggibile.



HOME>SEMPLICITÀ E LEGUMI VERI POCO PROCESSATI

MARZO 11, 2026 - LE CONSERVE DELLA NONNA

SEMPLICITÀ E LEGUMI VERI POCO PROCESSATI

Le Conserve della Nonna lancia i nuovi Ragù Vegetali 100% naturali. Da aprile 2026 arrivano sugli scaffali i nuovi Ragù di Lenticchie e Ragù di Fagioli, nel formato da 300 g. Due proposte 100% vegetali, realizzate con legumi veri e interi, senza soia o proteine "travestite" da carne, con una lista ingredienti corta e senza aromi aggiunti. Pensati per chi cerca un apporto proteico vegetale poco processato, i nuovi ragù si distinguono per semplicità e genuinità, senza imitare il macinato ma valorizzando la materia prima.

FOTOGALLERY (2) Login to download



Photos



PRODOTTI PER IL CONSUMER

SEMPLICITÀ E LEGUMI VERI POCO PROCESSATI: I NUOVI RAGÙ VEGETALI DI LE CONSERVE DELLA NONNA

Pubblicato da **Redazione** 11/03/2026

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: **un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici**.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili da **aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono **in vaso di vetro da 300 g**.



AGEN FOOD
AGENZIA DI STAMPA

DISTRIBUZIONE

Home » DISTRIBUZIONE » Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù...



Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

📅 12/03/2026 13:00 👤 Redazione Agenfood 📁 DISTRIBUZIONE

(Agen Food) – Modena, 12 mar. – Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: **un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici**.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili **da aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono in **vaso di vetro da 300 g**.



**DISTRIBUZIONE
MODERNA**

Il primo quotidiano online sulla GDO

PRODOTTI

[Torna in Home](#)

Le Conserve della Nonna arricchisce l'offerta con la linea Ragù vegetali



redazione

Le Conserve della Nonna amplia l'offerta con la nuova linea **Ragù vegetali**, composta da Ragù di lenticchie e Ragù di fagioli.

Legumi interi

I nuovi **Ragù Vegetali** dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, senza aggiunta di aromi, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**.

Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere pienamente riconoscibili per ciò che sono: un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta.

Le new entry saranno disponibili da aprile 2026 in vaso di vetro da 300 g.



Scopri i nuovi mix di legumi Le Conserve della Nonna

[Clicca qui per visualizzarla online](#)



I NUOVI MIX DI LEGUMI

Per rispondere alla domanda crescente di proteine vegetali da parte del consumatore, nascono i nuovi mix di legumi adatti sia alle ricette della tradizione che a preparazioni più moderne e creative.

- Altamente versatili
- Lista ingredienti corta e pulita
- Fonte di proteine
- Pronti all'uso



BORLOTTI, CECI E TONDINI

Ideali per piatti caldi come zuppe, minestre e contorni

CECI, EDAMAME E FAGIOLI NERI

Ottimo per arricchire insalate, bowl e pokè

www.leconserveellanonna.it seguici su:



[CHI SIAMO](#) | [CONTATTI](#) | [PRIVACY](#) | [EDIZIONI DM](#)



Hai ricevuto questa email perché sei iscritto alla nostra newsletter settimanale. Se ritieni di aver ricevuto questo messaggio per errore o desideri annullare l'iscrizione, puoi disiscriverti cliccando sul link in fondo a questa email. Distribuzionemoderna.info è una testata di Edizioni DM S.R.L., casa editrice digitale specializzata nel mondo del retail, che include anche Ristorazione Moderna, DM Magazine, PL Magazine e Technoretail. Comunicazione inviata in conformità con la normativa sulla privacy. I tuoi dati sono trattati in modo riservato e sicuro; puoi aggiornare le tue preferenze o annullare l'iscrizione in qualsiasi momento.

[Annulla l'iscrizione](#)



GDOWEEK

1 PIÙ VISTI NEWS GALLERY VIDEO PODCAST EVENTI NONFOOD

Home › Prodotti › Food › Pasta ripiena › Fini: Le Ricette Integrali

Fini: Le Ricette Integrali



Fini presenta **Le Ricette Integrali**, una nuova linea di pasta fresca ripiena realizzata esclusivamente con **farina e semola integrale**. La gamma si caratterizza per una **sfoglia grezza e porosa**, studiata per valorizzare la consistenza della pasta e trattenere meglio i condimenti. La linea si compone di **tre referenze: Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli al Pesto e Patate**. I prodotti sono **fonte di fibre** e propongono un profilo gustativo più rustico e intenso.

Pasta ripiena

Nome del prodotto: Fini Le ricette integrali

Azienda produttrice: Gruppo Fini

Azienda distributrice: Gruppo Fini

Categoria di appartenenza: Pasta fresca

Mese di lancio: Marzo 2026

Referenze: 3

Formato: busta stand up da 250 g

Shelf life: 66 giorni

Prezzo consigliato: 3,59 euro

Sito di riferimento: www.nonsolobuono.it/fini



GDOWEEK

I PIÙ VISTI NEWS GALLERY VIDEO PODCAST EVENTI NONFOOD

Home > Prodotti > Food > Conserve > Le Conserve della Nonna: Ragù Vegetali

Le Conserve della Nonna: Ragù Vegetali



Le Conserve della Nonna amplia la propria offerta con due nuove referenze vegetali: i nuovi **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, disponibili nel formato da 300 grammi. Le due proposte sono **100% vegetali** e realizzate con **legumi veri e interi, senza soia**. La ricetta punta su una **lista ingredienti corta**, senza aromi aggiunti, in linea con la crescente attenzione dei consumatori verso naturalità e semplicità delle formulazioni.

Conserve Plant Based Sughì pronti

Nome del prodotto: Le Conserve della Nonna ragù vegetali

Azienda produttrice: Gruppo FINI

Azienda distributrice: Gruppo Fini

Categoria di appartenenza: Conserve vegetali

Mese di lancio: Aprile 2026

Referenze: 2

Formato: Vaso di vetro da 300 g

Shelf life: 30 mesi

Prezzo consigliato: 2,95

Sito di riferimento: nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/

NOVITÀ

Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza



Gli italiani stanno introducendo sempre più legumi nella propria alimentazione, riconoscendoli come alimenti "clean, healthy & functional": ricchi di proteine vegetali e fibre, poveri di grassi e ideali per uno stile di vita equilibrato. Parallelamente cresce la tendenza a ridurre il consumo di proteine animali, favorendo diete plant-based e approcci flexitariari. In questo contesto, i legumi si affermano come principale alternativa proteica: economici, sostenibili e versatili, con un minore impatto ambientale in termini di emissioni di CO₂ e consumo d'acqua, oltre a rispondere a una crescente attenzione verso il benessere animale.

Per intercettare questa evoluzione dei consumi, Le Conserve della Nonna amplia la propria offerta con tre nuove referenze, rafforzando la riconoscibilità del brand e del packaging. Da aprile arrivano le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, fonte di proteine e proposte in vaso di vetro da 360 g, che ne esalta qualità e naturalità. Una scelta che valorizza l'origine certificata e l'italianità del prodotto, distinguendosi in un segmento dove l'offerta in vetro è ancora limitata e con ampi margini per proposte premium.

L'innovazione nel comparto – tra prodotti pronti al consumo, bowl, paste proteiche e snack – sta trasformando la percezione dei legumi, sempre più considerati ingredienti pratici e contemporanei. In questo scenario si inseriscono anche le nuove referenze della linea mix, disponibili da aprile 2026 nel formato da 360 g, caratterizzate da ricette semplici, lista ingredienti essenziale e dalla trasparenza del vaso in vetro, con indicazioni d'uso chiare.

Mix di Borlotti, Ceci e Tondini, evoluzione della precedente "Armonia di Legumi", si rinnova nel nome e nella grafica ed è ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri**, invece, rappresenta una proposta più innovativa, grazie alla presenza dell'edamame: pensata per insalate, poké e piatti freddi, è perfetta anche per preparazioni calde, in linea con i trend alimentari più attuali.



PRODOTTI PER IL CONSUMER

LEGUMANIA ITALIANA: LE CONSERVE DELLA NONNA RISPONDE CON TRE NOVITÀ DI TENDENZA

Publicato da **Redazione** 18/03/2026



L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono **sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based**. I legumi diventano così la **fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna si arricchisce di tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. Una proposta che unisce **origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo scenario si inserisce anche **la gamma mix di Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze, disponibili da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.



**DISTRIBUZIONE
MODERNA**

Il primo quotidiano online sulla GDO

PRODOTTI

[Torna in Home](#)

Le Conserve della Nonna amplia la linea di legumi con tre novità



redazione

Le Conserve della Nonna arricchisce l'offerta di legumi con **tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Lenticchie di Altamura Igp e mix

Da aprile l'azienda introduce porta infatti a scaffale le **Lenticchie di Altamura Igp al naturale**, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360 g. Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

Mix di borlotti, ceci e tondini e **Mix di ceci, edamame e fagioli neri**, invece, ampliano la gamma mix di Le Conserve della Nonna. I due prodotti, proposti nel formato da 360 g, si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo.

Mix di borlotti, ceci e tondini è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di ceci, edamame e fagioli neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE



Acqua Sant'Anna e LVIA: due pozzi a Pemba per 45.000 persone

400.000 litri d'acqua al giorno nel
distretto di Chake Chake



Le Conserve della Nonna amplia la gamma legumi con tre nuove referenze in vetro

Lenticchie IGP e mix innovativi,
disponibili da aprile 2026

VUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN
NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

**SCRIVI ALLA
REDAZIONE**

HorecaNews

info@horecanewsletter.com

Visualizza tutte le newsletter precedenti:

www.horecanewsletter.com

Non vuoi più ricevere questa
newsletter?

[Cancella la tua iscrizione](#)





HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI RISTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA EVENTI

Le Conserve della Nonna amplia la gamma legumi con tre nuove referenze in vetro

Le Conserve della Nonna lancia tre nuove referenze di legumi in vetro da 360g, tra cui lenticchie IGP e mix innovativi, disponibili da aprile 2026

ALIMENTARI

Redazione 19 Marzo 2026 - 14:37



NOVITÀ

ALIMENTARI - La crescente attenzione degli italiani verso un'alimentazione più vegetale e sostenibile trova risposta nella novità che **Le Conserve della Nonna** porterà sugli scaffali da aprile 2026: tre nuove referenze dedicate ai legumi, tutte proposte in **vaso in vetro da 360g**.

Il contesto di mercato che ha orientato queste scelte è chiaro: i legumi vengono percepiti dai consumatori come clean, healthy & functional food in più ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Inoltre si affermano come principale fonte proteica alternativa a quella animale, con vantaggi economici, ambientali e di versatilità. La riduzione dell'impronta di CO2, il minor consumo d'acqua rispetto alle proteine animali e una maggiore sensibilità verso il benessere animale alimentano la diffusione di approcci flexitariani e di diete plant-based.

La prima delle tre novità è costituita dalle **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**. L'origine certificata, l'italianità del prodotto e la scelta del vetro come contenitore contribuiscono a posizionare la referenza in un segmento dove la presenza a scaffale - specie nel formato vetro - risulta ancora limitata, lasciando margine a proposte dal profilo premium e distintivo.



Le altre due novità appartengono alla gamma mix dell'azienda. Il **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** rappresenta l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi", con aggiornamento di denominazione e grafica. La referenza è pensata per zuppe, minestre e piatti caldi. Il **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è invece una proposta innovativa che si distingue per la presenza dell'edamame, indicata per insalate, poké e piatti freddi ma adatta anche a preparazioni calde, in linea con i trend di consumo contemporanei.



Le tre novità si inseriscono in un cambiamento più ampio nella percezione del legume, ormai considerato non solo ingrediente tradizionale ma anche componente pratica e contemporanea in cucina, tendenza alimentata dalla diffusione di formati pronti al consumo, come bowl, paste proteiche e snack.



DEGUSTA

HOME NEWS DEGUSTA TV LA RIVISTA CONTATTI

Market & News · 21 Marzo 2026 · 4 Minuti

Legumania italiana: "Le Conserve della Nonna" presenta tre novità di tendenza

GI L



L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana. Gli Italiani introducono **sempre di più legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di



proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based**. I legumi diventano così la **fonte proteica alternativa n.1**, **economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un **approccio flexitariano** (per chi segue una dieta prevalentemente vegetale (plant-based) ma consuma carne, pesce o derivati animali in modo occasionale o moderato per privilegiare la salute e la sostenibilità, senza le restrizioni totali di veganismo o vegetarianismo).



In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna** si arricchisce di **tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** p.v. l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, italiane, fonte di proteino, in vaso in vetro che valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. Una proposta che unisce **origine certificata, italianità e trasparenza del vetro** rafforzando la distintività del brand e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl (ciotola, scodella o piatto fondo per contenere cibo, zuppe, cereali o insalate) paste proteiche, snack – stanno cambiando la **percezione del legume**, vissuto come ingrediente **pratico** e contemporaneo. In questo scenario si inserisce anche la gamma mix di **Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze**, disponibili **da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale **"Armonia di Legumi"** con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'**edamame** (baccelli di soia immaturi tipici asiatici) pensata per insalate, **poké** (piatto unico tradizionale hawaiano a base di pesce crudo marinato, servito in una ciotola (bowl) con riso, verdure e salse) e **piatti freddi**, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.




Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Gruppo Fini SpA
Strada Albaroto, 211
41122 Modena (MO)
Tel. +39 059 25 91 11
www.gruppofini.it






OTTICHE PARALLELE MAGAZINE

Cultura a 360° a portata di click – Una voce libera nel mondo della cultura – La rivista condanna fermamente ogni forma di promuovere il rispetto, il dialogo e la dignità di ogni persona.

HOME CONTATTI REDAZIONE INFORMAZIONI

NON SOLO CIBO E VINO

Legumania italiana: la proposta de “Le Conserve della Nonna” si arricchisce con tre nuove referenze



Data: 23 marzo 2026
0 Commenti


Riceviamo e pubblichiamo

Tempo di lettura: 3 minuti - 500 parole

“*Lazienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana: "Lenticchie di Altamura IGP al naturale", "Mix di Borlotti, Ceci e Tondini" e "Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri".*

Gli Italiani introducono sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come **clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la crescita delle diete **plant-based**. I legumi diventano così la **fonte proteica alternativa n.1**: economica, sostenibile e versatile. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna** si arricchisce di tre nuove referenze che intercettano la richiesta del pubblico. Da aprile l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto. in formato 360g. **Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distinte e premium.



I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo scenario si inserisce anche la **gamma mix di Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze, disponibili da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-pastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughì, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

PRODOTTI PER IL CONSUMER

PIÙ FRUTTA, MENO ZUCCHERO, 0 EDULCORANTI: LA RISPOSTA DI LE CONSERVE DELLA NONNA AL NUOVO TREND DI CONSUMO

Pubblicato da **Redazione** 24/03/2026

Le nuove Confetture -50% di zuccheri, Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.

Si assiste a una **forte riduzione del consumo di zucchero**, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con **un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali** e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". **Un trend** che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e **che oggi investe il mondo delle confetture**.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, **presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. **Meno zucchero, più sostanza** per questa nuova proposta che garantisce il **50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti**. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo **frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream**, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico **formato da 240g** a partire da **aprile 2026**.



DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE *daily*

MERCOLEDÌ 25 MARZO

PRIMO PIANO



Export del Made in Italy, come cambia la logistica con la crisi del Golfo

Stop al Greenwashing: nuove regole con il decreto che recepisce la Direttiva Ue





- Carrelli
- Cassette
- Vagonetti
- Bins
- Pallet
- Coltelli e guanti

World-class solutions local expertise



MERCATO

Nasce Liquid Ventures, l'hub dei no & low alcohol

Fini (Cia-agricoltori italiani): "Rincari fino al 60% sui fertilizzanti. Servono misure incisive"

AZIENDE E CONSORZI

Sabelli sceglie BBoard per la nuova strategia di attivazione in-store

Fattorie Garofalo rinnova il concept del punto vendita nell'aeroporto di Napoli

NUOVI PRODOTTI

Le Conserve della Nonna presenta le nuove confetture con -50% di zuccheri

Olitalia lancia CHEFMania, l'olio extravergine 'squeezeable'. E lo affida alla promozione social dei creator Cavada e Ambrosini

RETAIL



Romania / Lidl investe 285 milioni di euro nella crescita della rete di punti vendita

LUXURY

La cucina italiana al centro del convegno di Futura 2026







La premier Giorgia Meloni auspica le dimissioni della ministra del Turismo Daniela Santanché

World-class solutions local expertise



lazzariequipment.com

Scopri tutti i nostri siti d'informazione

	alimentando.info Food&Beverage		luxuryfb.com Ristorazione&Hôtellerie
	beauty2business.com Cura persona		hhomecare.it Cura casa
	tgtuttogiocattoli.it Toys, licensing & kids		planetrefrigeration.it Refrigerazione

View this email in your browser

Choose project



ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

CARNI DOLCI&SALATI FIERE FORMAGGI GROCERY LUXURY MERCATO ORTOFRUTTA RETAIL SALUMI SUP



Le Conserve della Nonna presenta le nuove confetture con -50% di zuccheri

24 Marzo 2026 - 13:00 | Categorie: Dolci&Salati | Tag: Confetture -50% Zucchero, le conserve della nonna, Light

Modena – Le Conserve della Nonna presenta la nuova **Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il **segmento 'light'**, in deciso trend positivo. La novità è caratterizzata dal 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti, ha una lista ingredienti corta e pulita, e vanta ben 70% di frutta 100% italiana. “In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero”, sottolineano dall'azienda.

La gamma è pensata per il grande pubblico ed è composta da **quattro gusti** mainstream: Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca. La linea sarà disponibile nel **formato da 240 g** a partire **da aprile 2026**.



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE



Tirrena reinterpreta lo storico formato di pasta ispirato ai dischi volanti

I Riccioli si aggiungono alla collezione di pasta da grani antichi toscani



Le Conserve della Nonna dimezza lo zucchero: più frutta meno edulcoranti

50% di zucchero in meno, zero edulcoranti e il 70% di frutta italiana

VOUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

SCRIVI ALLA REDAZIONE

HorecaNews

info@horecanewsletter.com

Visualizza tutte le newsletter precedenti:

www.horecanewsletter.com

Non vuoi più ricevere questa newsletter?

[Cancella la tua iscrizione](#)





HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI ▾ RISTORAZIONE ▾ OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA ▾ EVENTI ▾ RUBRICA

Le Conserve della Nonna dimezza lo zucchero: più frutta meno edulcoranti

Le Conserve della Nonna lancia confetture con il 50% di zucchero in meno, zero edulcoranti e il 70% di frutta italiana. Quattro gusti disponibili da aprile 2026

ALIMENTARI



Redazione 2

🕒 25 Marzo 2026 - 11:36

NOVITÀ



ALIMENTARI - Le Conserve della Nonna entra nel segmento delle **confetture a ridotto contenuto di zucchero** con una linea dedicata composta da quattro referenze — Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca — che garantiscono il **50% di zucchero in meno** rispetto alla media delle confetture più vendute, il 70% di frutta 100% italiana e l'assenza totale di edulcoranti. I prodotti saranno disponibili nel formato da 240g a partire da aprile 2026.

La nuova proposta si inserisce in un contesto di mercato in trasformazione. Lo zucchero è diventato il **nuovo nemico** sulle tavole europee: l'attenzione alle tabelle nutrizionali cresce, e con essa la domanda di prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri", un trend che ha già ridisegnato categorie come il cioccolato e i dolci e che ora raggiunge il comparto delle confetture.

La risposta del brand si distingue per la scelta di non ricorrere a edulcoranti o ingredienti aggiuntivi. La lista degli ingredienti è corta e pulita: **solo frutta italiana** e poco zucchero, in linea con la tradizione dell'azienda e in controtendenza rispetto a molte ricette di mercato che incorporano componenti extra.

La gamma comprende quattro gusti — Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca — articolati in due referenze 'chiare' e due 'scure', per coprire le principali preferenze di consumo.

Meno zucchero, più frutta: Le Conserve della Nonna intercetta i nuovi trend

Le Conserve della Nonna lancia confetture con il 50% di zucchero in meno, zero edulcoranti e il 70% di frutta italiana. Quattro gusti disponibili da aprile 2026

By Redazione 2 - 25 Marzo 2026

👁 58 🗨 0



Con l'arrivo in commercio, previsto per aprile 2026, delle nuove Confetture -50% Zucchero, Le Conserve della Nonna porta nel segmento light una proposta costruita su tre elementi distintivi: **50% di zucchero in meno** rispetto alla media delle confetture più vendute, 70% di frutta 100% italiana e assenza totale di edulcoranti. La gamma si articola in quattro gusti — Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca — nel formato da 240g.

Il lancio si colloca in un momento di forte discontinuità nei comportamenti d'acquisto. Lo zucchero ha assunto il ruolo di **ingrediente sotto scrutinio** sulle tavole europee, con un'attenzione crescente alle etichette nutrizionali e una domanda in espansione per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". Una dinamica che ha già investito il cioccolato e i dolci e che ora si estende alle confetture.

Il tratto che distingue la nuova linea dalla concorrenza risiede nella semplicità della ricetta: lista ingredienti corta, **nessun additivo dolcificante**, solo frutta e poco zucchero. Una scelta in controtendenza rispetto a molte referenze di mercato che integrano componenti extra nelle proprie formulazioni.

I quattro gusti sono stati selezionati per coprire i profili di consumo più diffusi: la gamma include due referenze "chiare" e due "scure", pensate per rispondere alle principali preferenze del grande pubblico.



ALL Newsletter Chi siamo

MARZO 24, 2026 - FINI

Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo

Le nuove Confetture -50% di zuccheri, Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.

Si assiste a una forte riduzione del consumo di zucchero, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". Un trend che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e che oggi investe il mondo delle confetture.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. Meno zucchero, più sostanza per questa nuova proposta che garantisce il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero. Tra i punti di forza emergono meno 50% zucchero rispetto alla media di mercato, zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da quattro gusti mainstream, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico formato da 240g a partire da aprile 2026.

Immagini (4)





Home Food&Grocery ▾ Retail International News ▾ Sostenibilità

Meno zucchero e zero edulcoranti: Le Conserve della Nonna punta sul segmento "light"

Di Redazione

📦 Conserve vegetali | 📅 24 Marzo 2026



Da aprile arrivano sugli scaffali le nuove confetture a ridotto contenuto di zucchero di Le Conserve della Nonna, marchio del Gruppo Fini, che punta a intercettare uno dei trend più evidenti nel largo consumo: la progressiva riduzione degli zuccheri nella dieta quotidiana e la crescita del segmento "light". La nuova linea propone ricette con il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute sul mercato, senza ricorrere ad edulcoranti, mantenendo al centro un posizionamento orientato alla naturalità e alla semplicità degli ingredienti.

La gamma è composta da quattro referenze – Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca – pensate per coprire le principali preferenze dei consumatori, tra gusti più tradizionali e varianti più intense, e sarà disponibile nel formato da 240 grammi. Alla base del lancio c'è un cambiamento strutturale nei comportamenti di acquisto, con una crescente attenzione alle etichette nutrizionali e una domanda in aumento per prodotti con claim "senza zuccheri aggiunti" o "a basso contenuto di zuccheri", già consolidata in categorie come il cioccolato e i dolci e oggi sempre più rilevante anche nel comparto delle confetture.

In questo contesto, Le Conserve della Nonna sceglie di puntare su una ricetta essenziale: il 70% di frutta italiana e una lista ingredienti corta e pulita, composta esclusivamente da frutta e una ridotta quantità di zucchero. La proposta si distingue inoltre per l'assenza totale di edulcoranti, una scelta che mira a rafforzare la percezione di autenticità del prodotto e a differenziarsi in un mercato dove spesso le riformulazioni "light" introducono ingredienti sostitutivi.

Il posizionamento della nuova linea si inserisce quindi in una strategia più ampia di risposta alle nuove esigenze nutrizionali, con un equilibrio tra gusto, naturalità e attenzione alla salute, senza compromessi sulla qualità delle materie prime. Dal punto di vista industriale, il lancio rappresenta un ulteriore sviluppo per il Gruppo Fini, realtà italiana controllata da Holding Carisma, che continua a investire nell'innovazione di prodotto mantenendo un forte legame con la tradizione.



INTERNATIONAL
PRESS
LIFE

Il Gruppo FINI lancia la prima linea integrale di pasta fresca ripiena

da Carla Cavicchini | 26 Marzo 2026

Il **Gruppo FINI** lancia la prima linea integrale di pasta fresca ripiena, inaugurando un segmento altamente potenziale nel banco frigo. La nuova linea **FINI Le Ricette Integrali**, realizzata con sole farine integrali, intercetta la crescente domanda di prodotti integrali, percepiti come più naturali, equilibrati e sostenibili, già molto rilevante in categorie affini.



La gamma, in formato da 250 grammi, comprende tre referenze: Tortellini al Prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano, Ravioli alla Carne e Ravioli al Pesto e Patate adatti ad una alimentazione vegetariana. I concept test condotti sui consumatori evidenziano un apprezzamento trasversale e la capacità di inserirsi nella routine alimentare quotidiana. Disponibile da marzo 2026, la linea rappresenta per la distribuzione un'opportunità di innovazione assortimentale e la creazione di valore a scaffale, aprendo ufficialmente il segmento integrale nella pasta fresca ripiena.



**DISTRIBUZIONE
MODERNA**

Il primo quotidiano online sulla GDO

[VIDEO](#)

[TGDO](#)

[PODCAST](#)

[DM MAGAZINE](#)

[PL MAGAZINE](#)

[SPECIA](#)

PRODOTTI

[Torna in Home](#)

Le Conserve della Nonna presenta la linea Confetture -50% zucchero



redazione

Le Conserve della Nonna presenta la nuova **Linea Confetture -50% zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light".

La nuova proposta garantisce **il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute**, senza ricorrere ad edulcoranti. Una scelta chiara e distintiva: **lista ingredienti corta e pulita, solo frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.

Quattro referenze

In un mercato in cui spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream** disponibili nel pratico formato da **240g** a partire da **aprile 2026: Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**.



ADVexpress 

ADC Group. ADVexpress. e2oexpress. ADVexpressTV. Awards.

Home / ADVexpress / Creative portfolio / Integrated / Gruppo Fini torna on air con la nuova campagna...

31/03/2026 13.00



Integrated

Gruppo Fini torna on air con la nuova campagna dedicata alla pasta ripiena. LIFE firma il racconto dell'autenticità che unisce

Il concept creativo "Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami" mette al centro il tema del prendersi cura, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo. La pianificazione media è stata strutturata per garantire massima copertura e impatto sul target, con un focus sul digitale.

Dopo la recente collaborazione sulla linea "Senza Lattosio", la società di comunicazione Life consolida il sodalizio con Gruppo Fini firmando la nuova campagna di comunicazione dedicata alla pasta ripiena, con focus sulla gamma Antica Bottega.

Un progetto strategico che mira a sostenere la crescita della categoria e a rafforzare la brand equity attraverso una forte operazione di recall sui valori fondanti di Fini: tradizione, autenticità ed emilianità.

Il concept creativo "Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami" mette al centro il tema del prendersi cura, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo: **condividere il cibo come espressione di relazione**. La tavola diventa così il punto d'incontro tra passato e presente, dove il gusto si fa linguaggio universale e il brand è capace di unire ieri e oggi, rafforzando legami ed emozioni.

La creatività prende vita in uno **spot video** da 15" che attraversa scene di quotidianità autentica: dalla preparazione della tavola all'accoglienza, fino al momento della condivisione intergenerazionale. Il prodotto diventa protagonista in chiusura, con una valorizzazione sensoriale della pasta ripiena Fini, simbolo di una tradizione generosa e profondamente radicata nel territorio emiliano. Il claim 'Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione' valorizza in modo distintivo l'heritage del brand, sottolineando la profonda radice nella tradizione emiliana della pasta fresca e rafforzando il legame tra autenticità, qualità e storia.

La campagna sarà on air con due flight strategici: il primo in concomitanza con il periodo pasquale – particolarmente rilevante per la categoria – e il secondo previsto per fine anno.

La pianificazione media - firmata anch'essa dalla unit dedicata Life- orientata a massimizzare copertura e frequenza, prevede un **ecosistema digitale integrato** che include video on demand sulle principali piattaforme (RaiPlay, Mediaset Infinity, Discovery+ e HBO Max), oltre a YouTube, Meta e attività Search, con l'obiettivo di intercettare il target nei momenti di maggiore attenzione e coinvolgimento.

"Con questa campagna abbiamo voluto lavorare su un territorio profondamente identitario per Fini, reinterpretandolo in chiave attuale" - commenta **Alberto Tivoli**, CEO di Life - "Il risultato è un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità, in un contesto di consumo sempre più orientato al valore e alla relazione."

Con questo progetto, Life prosegue nel proprio percorso di valorizzazione nel settore food, unendo strategia, creatività e visione per costruire narrazioni rilevanti e distintive.

Credits:

Agenzia di Comunicazione: Life

Direttore Clienti: Alberto Tivoli

Head of Business Development: Roberto Donati

Account Director: Maria Luisa Riccelli

Account Supervisor: Guendalina Albasi

Account: Federica Minelli

Strategic Planner: Marta Beltrame

Media Supervisor: Giacomo Venturi

Art Director: Luca Bianconi

Copywriter: Francesca Pezzotti

AI Specialist: Davide Gallo



ENGAGE

CAMPAGNE

31/03/2026

di Caterina Varpì

GRUPPO FINI TORNA ON AIR CON LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DEDICATA ALLA PASTA RIPIENA

Il concept creativo "Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami" mette al centro il tema del prendersi cura. Firma e pianifica Life



Ascolta questo articolo ora...



Dopo la recente collaborazione sulla linea "Senza Lattosio", la società di comunicazione **Life consolida il sodalizio con Gruppo Fini firmando la nuova campagna di comunicazione dedicata alla pasta ripiena**, con focus sulla gamma **Antica Bottega**. Un progetto strategico che mira a sostenere la crescita della categoria e a rafforzare la brand equity attraverso una forte operazione di recall sui valori fondanti di Fini: tradizione, autenticità ed "emilianità".

Leggi anche: [Gruppo Fini sceglie Life e va on air con la campagna dedicata alla linea "Senza Lattosio"](#)

Il concept creativo "**Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami**" mette al centro il tema del prendersi cura, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo: condividere il cibo come espressione di relazione. La tavola diventa così il punto d'incontro tra passato e presente, dove il gusto si fa linguaggio universale e il brand è capace di unire ieri e oggi, rafforzando legami ed emozioni.

La creatività prende vita in uno **spot video da 15"** che attraversa scene di quotidianità:



Il claim "Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione" valorizza l'heritage del brand, sottolineando la profonda radice nella tradizione emiliana della pasta fresca e rafforzando il legame tra autenticità, qualità e storia.

La campagna sarà on air con due flight: il primo in concomitanza con il periodo pasquale – particolarmente rilevante per la categoria – e il secondo previsto per fine anno.

La pianificazione media - firmata anch'essa dalla unit dedicata Life - prevede un **ecosistema digitale integrato che include video on demand sulle principali piattaforme** (RaiPlay, Mediaset Infinity, Discovery+ e HBO Max), **oltre a YouTube, Meta e attività Search**, con l'obiettivo di intercettare il target nei momenti di maggiore attenzione e coinvolgimento.

"Con questa campagna abbiamo voluto lavorare su un territorio profondamente identitario per Fini, reinterpreandolo in chiave attuale" - commenta **Alberto Tivoli**, CEO di Life - "Il risultato è un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità, in un contesto di consumo sempre più orientato al valore e alla relazione."

LIFE PER GRUPPO FINI. I CREDITI

Ecco chi sono i professionisti dell'agenzia al lavoro sulla campagna di Gruppo Fini.

- Direttore Clienti: Alberto Tivoli
- Head of Business Development: Roberto Donati
- Account Director: Maria Luisa Riccelli
- Account Supervisor: Guendalina Albasi
- Account: Federica Minelli
- Strategic Planner: Marta Beltrame
- Media Supervisor: Giacomo Venturi
- Art Director: Luca Bianconi
- Copywriter: Francesca Pezzotti
- AI Specialist: Davide Gallo



CLASSIFICHE TREND NOVITÀ CONSUMI COMUNICAZIONE BUSINESS + TURISM

Home / 2026 / Marzo / 31 / Gruppo Fini torna on air con la nuova campagna: firma Life

COMUNICAZIONE

Gruppo Fini torna on air con la nuova campagna: firma Life



Dopo la recente collaborazione sulla linea "Senza Lattosio", l'agenzia di comunicazione Life rafforza il rapporto con Gruppo Fini firmando la nuova campagna dedicata alla pasta ripiena, con particolare attenzione alla gamma Antica Bottega.

Si tratta di un progetto strategico pensato per sostenere la crescita della categoria e consolidare la brand equity, attraverso un richiamo forte ai valori che da sempre definiscono Fini: tradizione, autenticità e radicamento nel territorio emiliano.

Il concept creativo, "Con Fini dal sapore autentico ai tuoi legami", ruota attorno al tema della cura, posizionando il brand come custode dell'autenticità e interprete moderno di un gesto universale: condividere il cibo. La tavola diventa così un luogo simbolico dove passato e presente si incontrano, e il gusto si trasforma in un linguaggio capace di unire generazioni, rafforzando relazioni ed emozioni.

La campagna prende forma in uno spot video da 15 secondi che racconta momenti di quotidianità autentica: dalla preparazione della tavola all'accoglienza, fino alla condivisione tra diverse generazioni. Il prodotto emerge nel finale, valorizzato attraverso un racconto sensoriale della pasta ripiena Fini, espressione di una tradizione ricca e profondamente legata all'Emilia. Il claim "Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione" sottolinea l'heritage del brand, rafforzando il legame tra storia, qualità e autenticità.

La campagna sarà pianificata in due momenti chiave: il primo durante il periodo pasquale, particolarmente strategico per la categoria, e il secondo verso la fine dell'anno.

La strategia media, curata sempre da Life, punta a massimizzare copertura e frequenza attraverso un ecosistema digitale integrato. Sono previste attività di video on demand sulle principali piattaforme — tra cui RaiPlay, Mediaset Infinity, Discovery+ e HBO Max — oltre a YouTube, Meta e campagne Search, con l'obiettivo di intercettare il pubblico nei momenti di maggiore attenzione e coinvolgimento.

"Con questa campagna abbiamo lavorato su un territorio fortemente identitario per Fini, reinterpretandolo in chiave contemporanea", commenta Alberto Tivoli, CEO di Life. "Abbiamo costruito un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità, in un contesto in cui i consumi sono sempre più guidati dal valore e dalla relazione".

Con questo progetto, Life continua a rafforzare il proprio posizionamento nel settore food, combinando strategia, creatività e visione per sviluppare narrazioni distinte e rilevanti.



MEDIA KEY HOME NEWS MAGAZINE > AWARDS > KEYVOICE PODCAST > SH

COMUNICAZIONE DIGITAL

GRUPPO FINI TORNA ON AIR CON LA NUOVA CAMPAGNA DEDICATA ALLA PASTA RIPIENA: LIFE FIRMA IL RACCONTO DELL'AUTENTICITÀ CHE UNISCE

Publicato da Redazione 31/03/2026



Il concept creativo "Con Fini dal sapore autentico ai tuoi legami" mette al centro il tema del prendersi cura, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo.

La pianificazione media è stata strutturata per garantire massima copertura e impatto sul target, con un focus sul digitale.

Dopo la recente collaborazione sulla linea "Senza Lattosio", la società di comunicazione Life consolida il sodalizio con Gruppo Fini firmando la nuova campagna di comunicazione dedicata alla pasta ripiena, con focus sulla gamma Antica Bottega.

Un progetto strategico che mira a sostenere la crescita della categoria e a rafforzare la brand equity attraverso una forte operazione di recall sui valori fondanti di Fini: tradizione, autenticità ed emilianità.

Il concept creativo "Con Fini dal sapore autentico ai tuoi legami" mette al centro il tema del prendersi cura, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo: condividere il cibo come espressione di relazione. La tavola diventa così il punto d'incontro tra passato e presente, dove il gusto si fa linguaggio universale e il brand è capace di unire ieri e oggi, rafforzando legami ed emozioni.

La creatività prende vita in uno spot video da 15" che attraversa scene di quotidianità autentica: dalla preparazione della tavola all'accoglienza, fino al momento della condivisione intergenerazionale. Il prodotto diventa protagonista in chiusura, con una valorizzazione sensoriale della pasta ripiena Fini, simbolo di una tradizione generosa e profondamente radicata nel territorio emiliano. Il claim 'Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione' valorizza in modo distintivo l'heritage del brand, sottolineando la profonda radice nella tradizione emiliana della pasta fresca e rafforzando il legame tra autenticità, qualità e storia.

La campagna sarà on air con due flight strategici: il primo in concomitanza con il periodo pasquale - particolarmente rilevante per la categoria - e il secondo previsto per fine anno.

La pianificazione media - firmata anch'essa dalla unit dedicata Life- orientata a massimizzare copertura e frequenza, prevede un ecosistema digitale integrato che include video on demand sulle principali piattaforme (RaiPlay, Mediaset Infinity, Discovery+ e HBO Max), oltre a YouTube, Meta e attività Search, con l'obiettivo di intercettare il target nei momenti di maggiore attenzione e coinvolgimento.

"Con questa campagna abbiamo voluto lavorare su un territorio profondamente identitario per Fini, reinterpretandolo in chiave attuale", commenta Alberto Tivoli, CEO di Life - "Il risultato è un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità, in un contesto di consumo sempre più orientato al valore e alla relazione."

Con questo progetto, Life prosegue nel proprio percorso di valorizzazione nel settore food, unendo strategia, creatività e visione per costruire narrazioni rilevanti e distintive.

Credits:

Agenzia di Comunicazione: Life

Direttore Clienti: Alberto Tivoli

Head of Business Development: Roberto Donati

Account Director: Maria Luisa Riccelli

Account Supervisor: Guendalina Albasi

Account: Federica Minelli

Strategic Planner: Marta Beltrame

Media Supervisor: Giacomo Venturi

Art Director: Luca Bianconi

Copywriter: Francesca Pezzotti

AI Specialist: Davide Gallo



RB RASSEGNA BUSINESS

INTERVISTE IMPRESE ASSOCIAZIONI PROFESSIONI BANDI MACROAMBIENTE CARRIERE EVENTI A FIRMA DI

Home Imprese Marketing

Nuova campagna digitale di Gruppo Fini per la pasta ripiena: focus su autenticità e legami

Gruppo Fini rafforza la brand equity con una campagna digitale che valorizza tradizione, autenticità e relazioni nella gamma Antica Bottega.

31 Marzo 2026, 17:45
Di Redazione

2' di lettura

Le strategie di comunicazione nel settore food stanno puntando su valori identitari e storytelling emozionale per rafforzare il legame tra brand e consumatore. In questa direzione si inserisce la nuova campagna digitale di **Gruppo Fini**, sviluppata in collaborazione con **Life**, che mette al centro la pasta ripiena della gamma **Antica Bottega** e i concetti di autenticità, tradizione ed emilianità.

Il progetto, presentato il 31 marzo 2026, nasce dopo la collaborazione tra le due realtà sulla linea "Senza Lattosio" e mira a sostenere la crescita della categoria, consolidando la brand equity attraverso una forte operazione di recall sui valori fondanti del marchio. Il concept creativo, "Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami", interpreta il gesto della condivisione del cibo come espressione di relazione, trasformando la tavola in un punto d'incontro tra passato e presente.


La campagna si articola in uno spot video da 15 secondi che racconta scene di quotidianità autentica: dalla preparazione della tavola all'accoglienza, fino alla condivisione intergenerazionale. Il prodotto viene valorizzato come simbolo di una tradizione radicata nel territorio emiliano, sottolineata dal claim "Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione", che rafforza il legame tra autenticità, qualità e storia.

La pianificazione media è stata strutturata per garantire massima copertura sul target di riferimento, con particolare attenzione al digitale. Il piano prevede due flight strategici: il primo in concomitanza con il periodo pasquale e il secondo a fine anno. L'ecosistema digitale integrato comprende video on demand sulle principali piattaforme come **RaiPlay**, **Mediaset Infinity**, **Discovery+**, **HBO Max**, oltre a **YouTube**, **Meta** e attività **Search**, per intercettare il pubblico nei momenti di maggiore attenzione.

Alberto Tivoli, CEO di **Life**, ha dichiarato:

"con questa campagna abbiamo voluto lavorare su un territorio profondamente identitario per Fini, reinterpretandolo in chiave attuale. Il risultato è un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità, in un contesto di consumo sempre più orientato al valore e alla relazione".

L'iniziativa rappresenta un ulteriore passo nel percorso di **Life** verso la valorizzazione delle narrazioni nel settore food, integrando strategia creativa e visione per costruire progetti distintivi.



Questo testo è stato realizzato con supporto dell'Intelligenza artificiale.

© Riproduzione totale e parziale riservata

Altre notizie su: [Gruppo Fini](#)

Fonti e Note

Comunicato stampa Gruppo Life



**touch
point**
CREATIVITY & BUSINESS

AGORÀ AZIENDE CREATIVITÀ DIGITAL MEDIA

GRUPPO FINI TORNA ON AIR CON LA CAMPAGNA SULLA PASTA RIPIENA

31/3/2026



Gruppo Fini torna on air con la campagna sulla pasta ripiena

Gruppo Fini torna in comunicazione con una nuova campagna dedicata alla pasta ripiena, firmata dalla società di comunicazione Life.

Il progetto si concentra in particolare sulla gamma **Antica Bottega** e punta a rafforzare il posizionamento del brand attraverso un racconto che valorizza **tradizione, autenticità ed emilianità**.

Il concept: autenticità e relazione

Il cuore creativo della campagna è il concept: **"Con Fini dai sapore autentico ai tuoi legami"**

Un messaggio che mette al centro il tema del **prendersi cura**, trasformando il brand in garante dell'autenticità e interprete contemporaneo di un gesto senza tempo: **condividere il cibo**.

La tavola diventa così un luogo simbolico dove passato e presente si incontrano e dove il gusto si trasforma in un linguaggio universale capace di unire le persone.

Lo spot e il racconto visivo

La creatività prende forma in uno **spot video da 15 secondi**, costruito attraverso scene di quotidianità autentica.

Il racconto attraversa diversi momenti:

la preparazione della tavola
l'accoglienza

la condivisione tra generazioni

Il prodotto emerge nella parte finale con una valorizzazione sensoriale della pasta ripiena Fini, simbolo della tradizione emiliana.

A chiudere lo spot è il claim: **"Fini dal 1912 dà gusto alla tradizione"**

Strategia media e pianificazione

La campagna è pianificata in **due flight strategici**:

il primo in occasione del **periodo pasquale**

il secondo previsto a **fine anno**

La pianificazione, curata dalla unit dedicata di **Life**, punta su un ecosistema digitale integrato con l'obiettivo di massimizzare copertura e frequenza.

Tra i canali coinvolti:

piattaforme **video on demand** (RaiPlay, Mediaset Infinity, Discovery+, HBO Max)

YouTube

Meta
attività **Search**

Un focus sul digitale

Il piano media prevede un forte focus sul digitale, con l'obiettivo di intercettare il target nei momenti di maggiore attenzione e coinvolgimento.

La strategia mira a sostenere la crescita della categoria e a rafforzare la **brand equity** di Fini attraverso una comunicazione coerente con i valori del marchio.

Il commento di Life

Come spiega **Alberto Tivoli, CEO di Life**: «Con questa campagna abbiamo voluto lavorare su un territorio profondamente identitario per Fini, reinterpretandolo in chiave attuale. Il risultato è un racconto che mette al centro le persone e i loro legami, restituendo al brand il ruolo di garante di autenticità e qualità».

Un percorso nel food marketing

Con questo progetto, **Life** consolida la collaborazione con **Gruppo Fini** e prosegue il proprio percorso nel settore food, unendo strategia, creatività e visione per costruire narrazioni rilevanti e distintive.

Credits:

Agenzia di Comunicazione: **Life**

Direttore Clienti: **Alberto Tivoli**

Head of Business Development: **Roberto Donati**

Account Director: **Maria Luisa Riccelli**

Account Supervisor: **Guendalina Albasi**

Account: **Federica Minelli**

Strategic Planner: **Marta Beltrame**

Media Supervisor: **Giacomo Venturi**

Art Director: **Luca Bianconi**

Copywriter: **Francesca Pezzotti**

AI Specialist: **Davide Gallo**



ARTICLE MARKETING

Marzo 2026



Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: Home » Weblog » Gastronomia, Salute e benessere, Varie » Blog article: Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali | Comunicati stampa

Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali

5 Marzo 2026 da  Borderline Agency

L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

L'integrale è ormai **una scelta quotidiana per molte persone**, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica.

Con **la nuova linea Le Ricette integrali** FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una **gamma fonte di fibre**, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire **un sapore ricco e una consistenza corposa**, perfetta **per chi ama i gusti rustici e genuini**.

La linea si presenta nel **pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo** e in linea con lo stile FINI. **Tre le referenze** pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, un grande classico della tradizione; i **Ravioli alla Carne** con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico, **adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana**.

Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un **entusiasmo trasversale: la pasta fresca ripiena integrale FINI** è stata percepita come **una proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni**. È ideale per chi cerca **un'alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto**.

Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati.eu

Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali

Alimentari e Bevande, Aziende, Gastronomia e Cucina

L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

L'integrale è ormai **una scelta quotidiana per molte persone**, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica.

Con **la nuova linea Le Ricette integrali** FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una **gamma fonte di fibre**, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire **un sapore ricco e una consistenza corposa**, perfetta **per chi ama i gusti rustici e genuini**.

La linea si presenta nel **pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo** e in linea con lo stile FINI. **Tre le referenze** pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, un grande classico della tradizione; i **Ravioli alla Carne** con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico, **adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana**.

Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un **entusiasmo trasversale: la pasta fresca ripiena integrale FINI** è stata percepita come **una proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni**. È ideale per chi cerca **un'alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto**.

Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali

Pubblicata da: [Borderline](#)



L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

L'integrale è ormai una scelta quotidiana per molte persone, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più

genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica. Con la nuova linea Le Ricette integrali FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una gamma fonte di fibre, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire un sapore ricco e una consistenza corposa, perfetta per chi ama i gusti rustici e genuini. La linea si presenta nel pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo e in linea con lo stile FINI. Tre le referenze pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, un grande classico della tradizione; i Ravioli alla Carne con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico, adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana. Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un entusiasmo trasversale: la pasta fresca ripiena integrale FINI è stata percepita come una proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni. È ideale per chi cerca un'alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto. Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali

L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

Modena, 05/03/2026 (informazione.news - comunicati stampa - varie)

L'integrale è ormai una scelta quotidiana per molte persone, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica.

Con la nuova linea Le Ricette integrali FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una gamma fonte di fibre, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire un sapore ricco e una consistenza corposa, perfetta per chi ama i gusti rustici e genuini.

La linea si presenta nel pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo e in linea con lo stile FINI. Tre le referenze pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano, un grande classico della tradizione; i Ravioli alla Carne con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i Ravioli Pesto e Patate, con pesto al basilico, adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana.

Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un entusiasmo trasversale: la pasta fresca ripiena integrale FINI è stata percepita come una proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni. È ideale per chi cerca un'alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto.



Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Tutto il gusto della tradizione, oggi ancora più ricco con FINI Le Ricette integrali

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Mangiare / Prodotti // Aggiornato Marzo 5, 2026 // 3 minuti di lettura

L'azienda di Modena porta nel banco frigo una novità attesa da tanti consumatori, pensata per chi desidera un'alimentazione equilibrata e sostenibile.

L'integrale è ormai una scelta quotidiana per molte persone, dal pane alla pasta, dai prodotti da forno alle proposte anche nei menu fuori casa. È apprezzato da chi presta attenzione alla propria alimentazione, da chi segue i consigli di medici e nutrizionisti, da chi legge le etichette e sceglie con consapevolezza cosa portare in tavola o da chi semplicemente ama gusti più genuini. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione dell'intero chicco di grano, conserva fibre e preziosi nutrienti e regala un gusto più intenso, autentico e una consistenza piacevolmente rustica.

Con la nuova linea **Le Ricette integrali** FINI unisce queste caratteristiche alla qualità e all'esperienza che da sempre contraddistinguono la sua pasta ripiena. Il risultato è una **gamma fonte di fibre**, realizzata esclusivamente con farina e semola integrale, capace di offrire **un sapore ricco e una consistenza corposa**, perfetta per chi ama i gusti rustici e genuini.

La linea si presenta nel **pratico formato da 250 grammi, ideale per due porzioni, in una busta stand-up dal design distintivo** e in linea con lo stile FINI. Tre le referenze pensate per soddisfare gusti diversi e accompagnare ogni momento della settimana: i **Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano**, un grande classico della tradizione; i **Ravioli alla Carne** con carne arrosto, dal sapore pieno e avvolgente; i **Ravioli Pesto e Patate**, con pesto al basilico, **adatti anche a chi segue un'alimentazione vegetariana**.

Dai test condotti sui consumatori emerge chiaramente un **entusiasmo trasversale**: la **pasta fresca ripiena integrale FINI** è stata percepita come una **proposta attesa, capace di portare in tavola un tocco di autenticità in più e di inserirsi facilmente nella routine alimentare di tutti i giorni**. È ideale per chi cerca un'**alternativa più ricca e naturale, senza rinunciare al piacere di un buon piatto**.

Disponibile da marzo 2026, la nuova FINI pasta ripiena integrale è pronta a conquistare il banco frigo e le tavole degli italiani, confermando ancora una volta la capacità di FINI Modena di innovare nel segno della tradizione e del gusto.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.





Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Gastronomia, Varie](#) » [Blog article: Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna](#) | [Comunicati stampa](#)

Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

 24 Marzo 2026 da  Borderline Agency

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie e Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: **un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici**.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili **da aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono **in vaso di vetro da 300 g**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati.eu

Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa, Gastronomia e Cucina

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in

casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: **un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici**.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili **da aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono **in vaso di vetro da 300 g**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

Pubblicata da: [Borderline](#)



L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere 100% vegetali, naturali e genuini, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con legumi veri e interi, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una lista ingredienti corta, chiara e riconoscibile, senza aggiunta di aromi, garantendo una proteina semplice, non ultra-processata. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere pienamente riconoscibili per ciò che sono: un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici. La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di apporto proteico di origine vegetale, la preferenza per prodotti meno processati, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana. Disponibili da aprile 2026, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono in vaso di vetro da 300 g.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Semplicità e legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Modena, 24/03/2026 ([informazione.news - comunicati stampa - varie](#))

Le proteine vegetali rappresentano oggi un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, Le Conserve della Nonna amplia la propria offerta con la nuova linea Ragù Vegetali, composta da Ragù di Lenticchie e Ragù di Fagioli, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere 100% vegetali, naturali e genuini, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con legumi veri e interi, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una lista ingredienti corta, chiara e riconoscibile, senza aggiunta di aromi, garantendo una proteina semplice, non ultra-processata. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere pienamente riconoscibili per ciò che sono: un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di apporto proteico di origine vegetale, la preferenza per prodotti meno processati, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana. Disponibili da aprile 2026, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono in vaso di vetro da 300 g.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Legumi veri poco processati: i nuovi Ragù Vegetali di Le Conserve della Nonna

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Mangiare / Prodotti // Aggiornato Marzo 24, 2026 //
2 minuti di lettura

L'azienda di Modena conferma la propria capacità di innovare nel rispetto della tradizione, offrendo soluzioni contemporanee, buone e trasparenti, pensate per un consumatore sempre più consapevole.

Le proteine vegetali rappresentano oggi **un trend consolidato anche nella categoria dei sughi pronti**. Sugli scaffali si trovano numerose proposte spesso formulate per imitare il macinato di carne. In questo scenario, **Le Conserve della Nonna** amplia la propria offerta con la nuova linea **Ragù Vegetali**, composta da **Ragù di Lenticchie** e **Ragù di Fagioli**, due referenze che si distinguono per una scelta chiara e coerente: essere **100% vegetali, naturali e genuini**, proprio come fatti in casa.

I nuovi Ragù Vegetali dell'azienda di Modena nascono da un approccio semplice e autentico, con **legumi veri e interi**, protagonisti della ricetta, senza ingredienti "travestiti" da carne, ma anzi con una **lista ingredienti corta**, chiara e riconoscibile, **senza aggiunta di aromi**, garantendo una **proteina semplice, non ultra-processata**. Le due proposte non vogliono apparire come un "finto macinato" vegetale, ma essere **pienamente riconoscibili** per ciò che sono: **un ragù di legumi, dal gusto ricco e dalla consistenza rustica, che valorizza la materia prima senza artifici**.

La nuova linea intercetta una domanda in continua crescita: maggiore ricerca di **apporto proteico di origine vegetale**, la preferenza per prodotti **meno processati**, attenzione alla naturalità e alla trasparenza in etichetta. La distintività del prodotto risiede proprio nella sua semplicità: **un ragù vegetale che non imita, ma interpreta in modo autentico la tradizione italiana**. Disponibili **da aprile 2026**, il Ragù di Lenticchie e il Ragù di Fagioli sono **in vaso di vetro da 300 g**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: Home » Weblog » Gastronomia, Varie » Blog article: Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza | Comunicati stampa

Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza

📅 24 Marzo 2026 da 📍 Borderline Agency

L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono **sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based. I legumi diventano così la fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna si arricchisce di tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. **Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo scenario si inserisce anche **la gamma mix di Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze, disponibili da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati.eu

Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa, Gastronomia e Cucina

L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono **sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based**. **I legumi diventano così la fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna si arricchisce di tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. **Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo scenario si inserisce anche **la gamma mix di Le Conserve della Nonna**, con **due nuove referenze, disponibili da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza

Pubblicata da: [Borderline](#)



L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la crescita delle diete plant-based. I

legumi diventano così la fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile. Minore impronta di CO2 e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna** si arricchisce di tre nuove referenze che intercettano la richiesta del pubblico. Da aprile l'azienda introduce infatti le Lenticchie di Altamura IGP al naturale, **Lenticchie italiane di Altamura IGP**, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno cambiando la percezione del legume, vissuto come ingrediente pratico e contemporaneo. In questo scenario si inserisce anche la gamma mix di Le Conserve della Nonna, con due nuove referenze, disponibili da aprile 2026, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza

L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Modena, 24/03/2026 ([informazione.news](#) - comunicati stampa - varie)

Gli Italiani introducono sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la crescita delle diete plant-based. I legumi diventano così la fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di Le Conserve della Nonna si arricchisce di tre nuove referenze che intercettano la richiesta del pubblico. Da aprile l'azienda introduce infatti le Lenticchie di Altamura IGP al naturale, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno cambiando la percezione del legume, vissuto come ingrediente pratico e contemporaneo. In questo scenario si inserisce anche la gamma mix di Le Conserve della Nonna, con due nuove referenze, disponibili da aprile 2026, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. Mix di Borlotti, Ceci e Tondini è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Legumania italiana: Le Conserve della Nonna risponde con tre novità di tendenza

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Mangiare / Prodotti //
Aggiornato Marzo 24, 2026 // 3 minuti di lettura

L'azienda di Modena amplia e rafforza la propria presenza con nuove referenze ad alto potenziale, puntando alla distintività e alla valorizzazione dell'origine italiana.

Gli Italiani introducono **sempre di più i legumi nella dieta, percepiti come clean, healthy & functional food**: ricchi di proteine vegetali e fibre, a basso contenuto di grassi. Parallelamente, sempre più consumatori riducono il consumo di proteine animali, favorendo la **crescita delle diete plant-based**. **I legumi diventano così la fonte proteica alternativa n.1: economica, sostenibile e versatile**. Minore impronta di CO₂ e utilizzo d'acqua rispetto alle proteine animali, insieme a una maggiore sensibilità verso il benessere animale, spingono a ridurre il consumo di carne per un approccio flexitariano.

In risposta a questo trend, la riconoscibilità di prodotto e pack di **Le Conserve della Nonna si arricchisce di tre nuove referenze** che intercettano la richiesta del pubblico. **Da aprile** l'azienda introduce infatti le **Lenticchie di Altamura IGP al naturale**, Lenticchie italiane di Altamura IGP, fonte di proteine, in vaso in vetro che ne valorizza la qualità e la naturalità del prodotto, in formato 360g. **Una proposta che unisce origine certificata, italianità e trasparenza del vetro rafforzando la distintività del brand** e intercettando un segmento dove l'offerta a scaffale è ancora limitata, soprattutto nel formato vetro, lasciando spazio a proposte distintive e premium.

I nuovi formati e innovazioni – pronti al consumo, bowl, paste proteiche, snack – stanno **cambiando la percezione del legume**, vissuto come **ingrediente pratico e contemporaneo**. In questo scenario si inserisce anche **la gamma mix di Le Conserve della Nonna, con due nuove referenze, disponibili da aprile 2026**, nel formato 360g che si caratterizzano per la lista ingredienti corta, la ricetta pulita, la trasparenza del vaso in vetro e indicazioni specifiche di utilizzo. **Mix di Borlotti, Ceci e Tondini** è l'evoluzione dell'attuale "Armonia di Legumi" con rinnovamento di denominazione e grafica, ideale per zuppe, minestre e piatti caldi. **Mix di Ceci, Edamame e Fagioli Neri** è una proposta innovativa e distintiva, grazie alla presenza dell'edamame, pensata per insalate, poké e piatti freddi, in linea con i trend di consumo più moderni ma perfetta anche per preparazioni calde.

www.nonsolobuono.it

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.





Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: Home » Weblog » Gastronomia, Varie » Blog article: Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo | Comunicati stampa

Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo

 26 Marzo 2026 da  Borderline Agency

*Le nuove Confetture -50% di zuccheri, **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca** uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.*

Si assiste a una **forte riduzione del consumo di zucchero**, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con **un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali** e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". **Un trend** che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e **che oggi investe il mondo delle confetture**.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, **presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. **Meno zucchero, più sostanza** per questa nuova proposta che garantisce **il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti**. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo **frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream**, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico **formato da 240g** a partire da **aprile 2026**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Comunicati.eu

Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa, Gastronomia e Cucina

*Le nuove Confetture -50% di zuccheri, **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca** uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.*

Si assiste a una **forte riduzione del consumo di zucchero**, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con **un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali** e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". **Un trend** che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e **che oggi investe il mondo delle confetture**.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, **presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. **Meno zucchero, più sostanza** per questa nuova proposta che garantisce **il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti**. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo **frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream**, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico **formato da 240g** a partire da **aprile 2026**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughì, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo

Pubblicata da: [Borderline](#)



Le nuove Confetture -50% di zuccheri, Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.

Si assiste a una forte riduzione del consumo di zucchero, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". Un trend che ha già trasformato molte categorie, come

cioccolato e dolci e che oggi investe il mondo delle confetture.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. Meno zucchero, più sostanza per questa nuova proposta che garantisce il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero. In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero. Tra i punti di forza emergono meno 50% zucchero rispetto alla media di mercato, zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da quattro gusti mainstream, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico formato da 240g a partire da aprile 2026.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna al nuovo trend di consumo

Le nuove Confetture -50% di zuccheri, Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.

Modena, 26/03/2026 ([informazione.news](#) - comunicati stampa - varie)

Si assiste a una forte riduzione del consumo di zucchero, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". Un trend che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e che oggi investe il mondo delle confetture.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, presenta la nuova Linea Confetture -50% Zucchero, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. Meno zucchero, più sostanza per questa nuova proposta che garantisce il 50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero. Tra i punti di forza emergono meno 50% zucchero rispetto alla media di mercato, zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da quattro gusti mainstream, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca: due referenze "chiare" e due "scuri", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico formato da 240g a partire da aprile 2026.



Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Più frutta, meno zucchero, 0 edulcoranti: la risposta di Le Conserve della Nonna

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Mangiare / Prodotti //
Aggiornato Marzo 26, 2026 // 2 minuti di lettura

*Le nuove Confetture -50% di zuccheri, **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco e Pesca** uniscono piacere, naturalità e attenzione nutrizionale, senza compromessi sul gusto.*

Si assiste a una **forte riduzione del consumo di zucchero**, diventato il nuovo nemico sulle tavole europee, con un'attenzione maggiore alle tabelle nutrizionali e una crescita per i prodotti con claim "senza/a basso contenuto di zuccheri". Un trend che ha già trasformato molte categorie, come cioccolato e dolci e **che oggi investe il mondo delle confetture**.

Le Conserve della Nonna, da sempre attenta a soddisfare le richieste del pubblico, presenta la nuova **Linea Confetture -50% Zucchero**, una proposta che intercetta il segmento "light", in deciso trend positivo. **Meno zucchero, più sostanza** per questa nuova proposta che garantisce il **50% di zucchero in meno rispetto alla media delle confetture più vendute, senza ricorrere ad edulcoranti**. Una scelta chiara e distintiva: lista ingredienti corta e pulita, solo **frutta italiana (ben il 70%) e poco zucchero**.

In un mercato dove spesso alle ricette tradizionali vengono aggiunte componenti extra, le confetture **Le Conserve della Nonna restano fedeli all'essenziale: sempre e solo frutta e (poco) zucchero**. Tra i punti di forza emergono **meno 50% zucchero** rispetto alla media di mercato, **zero edulcoranti, ricette pulite, 70% di frutta, frutta 100% italiana**, con una gamma pensata per il grande pubblico, composta da **quattro gusti mainstream**, capaci di soddisfare i palati più amati dal mercato: **Fragola, Albicocca, Frutti di bosco, Pesca**: due referenze "chiare" e due "scure", per coprire le principali preferenze di consumo, disponibili nel pratico **formato da 240g** a partire da **aprile 2026**.

www.nonsolobuono.it

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare. FINI è un marchio di pasta fresca che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Dal 1912 ad oggi l'originaria salumeria-gastronomia di Modena si è trasformata in un moderno pastificio che conta oltre 100 dipendenti ed esporta i suoi prodotti in 30 Paesi nel mondo, sempre all'insegna di tradizione, territorio e qualità. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



BORDERLINE Srl

| Via Parisio, 16
| 40137 Bologna (IT)
| T. +39.051.4450204
| borderline@borderlineagency.com
| www.borderlineagency.com
| C.F. e P.I.: 03215951207