



TENDENZE DEL GUSTO 2026

Prodotti salati in Europa:
piatti pronti, zuppe e salse

IN QUESTO REPORT

In questo report, realizzato con il supporto di Innova, analizziamo le principali tendenze nella categoria degli alimenti salati: piatti pronti, piatti principali e zuppe nell'Europa occidentale e orientale.

Analizzando gli ultimi 3 anni, mettiamo in evidenza le tendenze emergenti degli ingredienti e le dichiarazioni sui prodotti, offrendo un quadro chiaro di ciò che modellerà il mercato del 2025 e di ciò che i consumatori stanno cercando.



TENDENZE 2026

I consumatori europei trascorrono più tempo a casa, il che significa che sono più propensi a optare per un pasto pronto o un kit per la comodità. L'innovazione in questo settore nel prossimo anno sarà guidata dalla scoperta di cucine internazionali e da profili più audaci.



MIGLIORI SAPORI

I consumatori cercano conforto nella familiarità e tendono ad attenersi alla tradizione. Ciononostante, si registra anche un crescente interesse per i sapori audaci, ispirati dall'affermarsi della cultura gastronomica del Sud-Est asiatico in tutta Europa.



PARERE DELL'ESPERTO

La cultura gastronomica coreana continua ad affermarsi in tutta Europa: diamo un'occhiata a uno dei sapori più in voga, la cui diffusione è prevista per il prossimo anno.



32%

dei lanci salati monitorati in Europa provengono dal Regno Unito

16%

dei lanci salati monitorati in Europa provengono dalla Francia

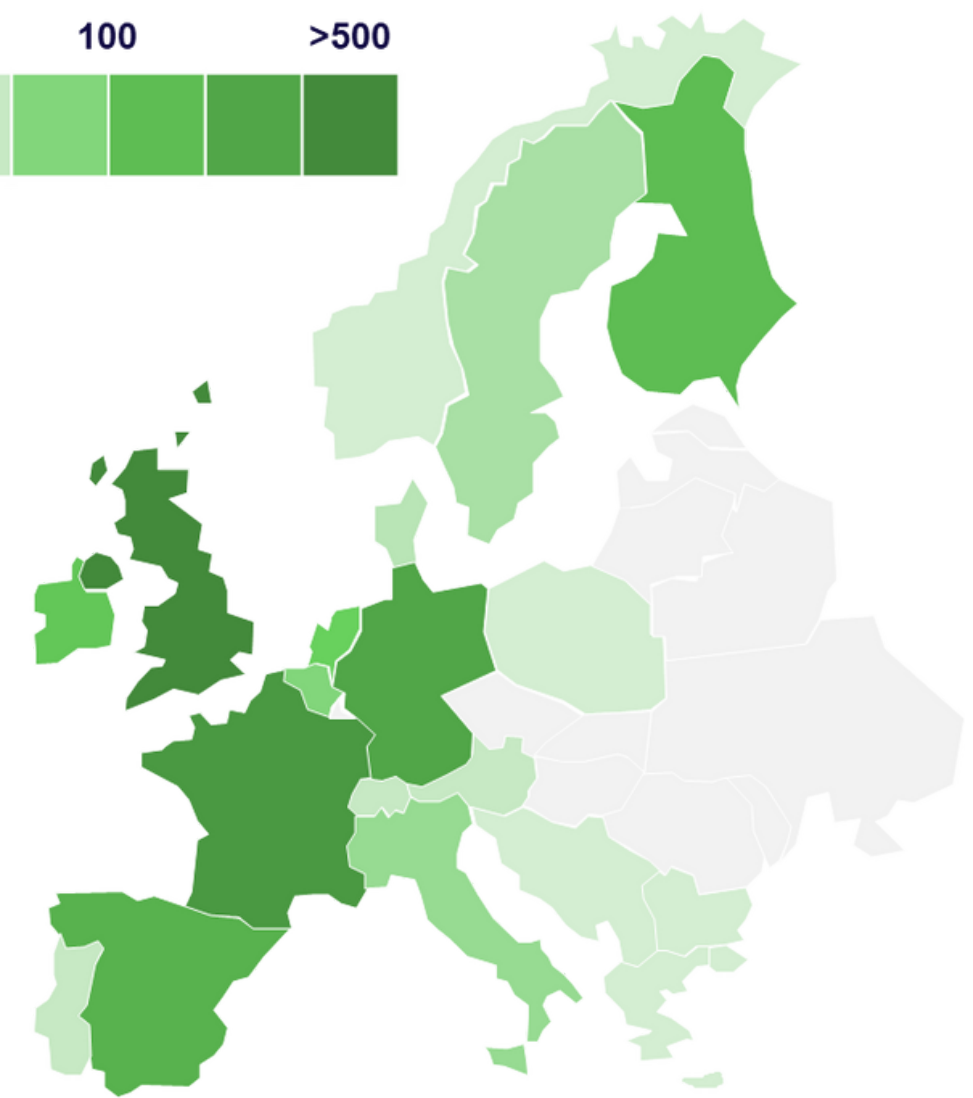
1 su 10

I lanci salati presentano un claim proteico

35%

Negli ultimi 12 mesi, il 50% dei consumatori ha mangiato a casa (Germania).

<20 100 >500



Riepilogo NPD



Proteine sotto i riflettori

Le proteine vegetali hanno registrato un CAGR del 2% dal 2023, con le proteine di grano, piselli e soia in testa. Le proteine coltivate e microbiche (ad esempio le micoproteine) hanno registrato un aumento del 18%, ma partendo da una base molto più ridotta.



Rimanendo nella tradizione

I claim "tradizionali" hanno un forte posizionamento nel segmento dei piatti pronti, poiché i consumatori cercano piatti confortanti. D'altra parte, c'è il potenziale per la crescita di edizioni limitate, che aggiungono entusiasmo alla categoria.



Riduzione delle calorie

La riduzione delle calorie è diventata un'affermazione emergente per i marchi di Regno Unito e Germania. Il CAGR per le affermazioni a basso contenuto calorico è stato del 120% negli ultimi 3 anni, sebbene partendo da una base bassa. Questi prodotti spesso includono altri benefici per la salute, come l'alto contenuto proteico.

Gochujang
Yuzu
Pizza
Cocco
Habanero
Chilli
Kimchi
Wasabi

INTRODUZIONE

Cajun
Korean BBQ
Menta
Peperoncino Sriracha
Parmigiano
Tex Mex

CRESCITA

Jalapeno
Pepe
Tagine
Curry al burro
Coriandolo
Prezzemolo
Miele
Curry verde

MATURO

Curry
Pomodoro
Formaggio
Funghi
Peperoncino
Cipolla
Basilico
Tikka Masala

PREFERITI PROVATI

La crescita dei lanci di prodotti nell'ultimo anno è elevata o il gusto è molto menzionato sui social media

La presenza nei lanci di prodotti è cresciuta nell'ultimo anno

La presenza nei lanci di prodotti è cresciuta negli ultimi 4 anni

Apparso tra i primi 15 NPD negli ultimi 5 anni

SAPORI DI TENDENZA

I sapori tradizionali continuano a essere un pilastro dei piatti pronti, poiché i consumatori cercano conforto nella familiarità. Ciononostante, si riscontra anche una propensione per i sapori audaci, che si riflette nell'ascesa di profili speziati e nell'emergere di nuovi profili asiatici nei piatti pronti europei.

“Con l'integrazione della cultura coreana nelle vite dei consumatori più giovani, la popolarità dello street food coreano continua a crescere. Piatti e ingredienti tipici come il gochujang, il kimchi, il bulgogi e il pollo fritto coreano stanno guidando le conversazioni sui social media, soprattutto tra i consumatori alla ricerca di cibi confortanti dai sapori decisi.”

**NATALIE SHEIL EUROPEAN SAVOURY
CATEGORY MANAGER**

STATISTICHE CHIAVE

5,5%

Crescita delle conversazioni sociali globali sul cibo coreano nell'ultimo anno¹

1 su 2

I consumatori di tutto il mondo affermano di essere interessati ai pasti pronti ispirati allo street food²

UNO DA TENERE D'OCCHIO



#tteokbokki

Uno dei cibi da strada più popolari in Corea sta facendo parlare di sé sui social in questo momento

RIFLETTORI SUL SAPORE



GOCHUJANG

Il gochujang è una pasta da cucina che unisce peperoncino e semi di soia fermentati, conferendogli un sapore salato, dolce e piccante ed è un elemento fondamentale della cucina coreana.

ULTIMI NPD



Pollo fritto coreano con glassa Gochujang, Germania



Tagliatelle di pollo Gochujang, Paesi Bassi



Riso ispirato al Gochujang, Regno Unito

TENDENZE SALATE SUI SOCIAL MEDIA



Le tendenze nei numeri

Il **35%** della Generazione Z afferma che i social media influenzano direttamente le loro scelte alimentari

#macandcheese 287,4k video

132 milioni di visualizzazioni per il video di Chef Tini Mac and Cheese

#nostalgicfood ha 20,5 mila post su Instagram



@Tinichef Mac&Formaggio, TikTok

La rinascita dei classici nostalgici

Piatti nostalgici e confortanti, come i maccheroni al formaggio, hanno guadagnato popolarità, con video che mostrano interpretazioni uniche dei piatti preferiti dell'infanzia.

Questi video di ricette spesso contengono piatti confortanti, come tagliatelle al burro, toast al formaggio serviti con zuppa di pomodoro e pasta facile da preparare in un'unica pentola.



@cassieyeungmoney, TikTok

Sostenibilità e vita pulita

Sono sempre più numerosi gli influencer come @cassieyeungmoney, che promuovono la cucina fatta in casa, incoraggiando i consumatori a fare scelte alimentari più sostenibili a casa.

Il **32%** dei consumatori desidera evitare ingredienti dannosi per l'ambiente (esperti di FMCG). Questo è confermato dall'aumento delle dichiarazioni di naturalità nei lanci di prodotti.



@PizzaHut Pizza al miele piccante e alette di pollo
Get fired up with **HOT HONEY PIZZA & WINGS**

Cibi squisiti e friabili

L'abbinamento di sapori decisi ha guadagnato attenzione man mano che le persone sperimentano la fusione.

La combinazione di sapori come il miele piccante è stata ampiamente discussa, poiché i creatori sperimentano nuovi modi per amalgamare sapori distinti come Swicy (dolce e piccante) e Swalty (dolce e salato) nel panorama gastronomico.



AUTORE:

NATALIE SHEIL

EUROPEAN CATEGORY DEVELOPMENT
MANAGER - SAVOURY MARKET

Ti senti ispirato?

Noi di Synergy puntiamo con passione a trasformare le intuizioni in innovazione. Grazie a un mix di arte, scienza e intuizione, Synergy può aiutare i propri clienti a gestire le mutevoli esigenze del mercato con prodotti che si distinguono dalla massa.

[CLICCA QUI PER CONTATTARCI](#)