

Consumi di Pasqua

Colomba per otto italiani su dieci

Maria Teresa Manuelli — a pag. 18

Colombe pasquali, dai produttori buone previsioni per le vendite

Ricorrenze. Otto italiani su dieci porteranno in tavola questo dolce per un consumo di 31 milioni di pezzi. La domanda del mercato è stimata in leggero aumento, ma salgono anche i prezzi (tra +6% e +9% sul 2024)

Il periodo in cui si concentrano gli acquisti di solito si verifica nelle ultime due settimane prima di Pasqua
Maria Teresa Manuelli

Cauto ottimismo per le previsioni di vendita di colombe pasquali, con stime in leggera crescita rispetto all'anno precedente. Il mercato, pur influenzato dalle incertezze economiche globali, mostra una sostanziale stabilità grazie al forte attaccamento degli italiani a questo dolce simbolo della tradizione. «A differenza del Natale, che beneficia di un periodo di vendita più esteso, gli acquisti della Colomba sono più concentrati – afferma Luca Ragaglini, vice direttore di Unione Italiana Food e segretario del settore dei Prodotti da Forno –. Tuttavia, registriamo una solida tenuta con segnali di apprezzamento che ci permettono di confidare in un andamento positivo nelle ultime settimane di acquisti».

I dati raccolti da Unione Italiana Food relativi alla Pasqua 2024 hanno evidenziato una produzione complessiva di 24.227 tonnellate di colombe, per un valore di 96,7 milioni di euro e un consumo di circa 31 milioni di pezzi. Quasi 8 italiani su 10 hanno scelto di portare in tavola questo dolce, con una particolare predilezione nelle famiglie con bambini e adolescenti (76%).

«Attualmente, le vendite stanno seguendo l'andamento previsto, con risultati che rispecchiano quelli dello scorso anno. Nonostante il contesto economico in continuo cambiamento, siamo ottimisti riguardo alle prospettive future», dichiara Nicola Fiasconaro, maestro pasticciere siciliano.

Questo cauto ottimismo è condiviso anche da Marco Brandani, amministratore delegato di Maina, che

prevede «una crescita a volumi di oltre il 5%» per la propria azienda, pur sottolineando come «oltre il 65% delle vendite delle colombe pasquali si realizza tradizionalmente nelle due settimane precedenti la Pasqua», rendendo ancora prematura una valutazione definitiva.

Per il 2025, comunque, il settore deve affrontare importanti sfide, principalmente legate all'aumento dei costi delle materie prime. Come sottolinea Matteo Cutolo, presidente della Federazione internazionale Pasticceria: «L'aumento delle materie prime e dei costi energetici pesano in maniera significativa sulla produzione. Le farine, il cioccolato, il latte e i suoi derivati, soprattutto il burro, hanno visto incrementi importanti, così come il costo dell'energia. Inoltre, l'inflazione generale ha creato una pressione sui costi complessivi di produzione, aumentando i margini di difficoltà per i pasticceri». Dario Loison, terza generazione dell'omonima azienda fondata nel 1938, precisa: «Sulla produzione pesa anche il problema del personale e della sua organizzazione. Ne consegue una Pasqua 2025 di sicuro più cara rispetto al passato».

Le difficoltà di approvvigionamento sono confermate anche da Brandani di Maina: «I mercati di acquisto sono diventati volatili, nervosi e del tutto imprevedibili: sia in termini di volumi disponibili sia in termini di prezzi d'acquisto. Covid, tensioni internazionali, variazioni di assetti geopolitici mondiali, cambiamenti climatici si innestano su fondamentali di mercato dove la domanda mondiale di prodotti agricoli è ampiamente superiore all'offerta».

Un allarme, quello dei rincari, lanciato anche dal Codacons: per le marche più commercializzate in Italia i rincari sono nell'ordine del +21% rispetto allo scorso anno. Il prezzo della colomba classica sale, infatti, a secon-

da della marca e del punto vendita, tra il +6% e il 9% rispetto allo scorso anno, mentre quelle farcite al cioccolato (con gocce di cioccolato, glasse o creme al cacao, ecc.), segnano aumenti più pesanti, tra il +18% e il +36%.

Sul fronte del consumo, quasi la metà degli italiani preferisce le colombe dell'industria di marca, apprezzate soprattutto dalla Generazione Z. Tra le motivazioni principali la facile reperibilità dei prodotti nella grande distribuzione (80,5%), la fiducia nelle marche (33%) e il giusto rapporto qualità-prezzo (46,5 per cento).

Per quanto riguarda i gusti, il comparto vede un interessante bilanciamento tra tradizione e innovazione. Maina punta sulla classica Colomba Gran Nocciolata, ma non trascura il segmento dei prodotti farciti con una ventina di referenze diverse, tra cui la nuova Colomba Pere&Clock. Con il marchio Bauli arriva la Colomba Mora, con impasto al cioccolato e glassa al cacao, mentre Motta attraverso le colombe firmate di Bruno Barbieri porta nel settore il concetto di "affordable luxury".

Nel mondo artigianale, i pasticceri stanno valorizzando invece sempre più gli ingredienti del territorio e le produzioni Igp. Fiasconaro utilizza i canditi di Pesca di Leonforte Igp, uno dei frutti più nobili dell'isola. Anche lo chef stellato Jacopo Chieppa propone quattro varianti artigianali di colombe, tra cui la "classica" con un tocco di Liguria dato dalla macerazione dell'uvetta nel Pigato.



La Pasticceria **Tabiano** propone la colomba Grani Antichi realizzata con orzo biologico del territorio di Parma. **Loison** la Pasqua 2025 ha scelto il pistacchio di Bronte Dop (presidio Slow Food) sia in copertura che in farcitura per le sue colombe racchiuse in romantiche latte. **Pisti** presenta un impasto che combina pistacchi, ananas e albicocca, e il Laboratorio **Cannavacciuolo** introduce tre nuove creazioni, tra cui la Colomba alla pastiera che omaggia la tradizione campana.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Big preferiti.

La maggioranza degli italiani preferisce le colombe dell'industria di marca, apprezzate soprattutto dalla Generazione Z. Tra le motivazioni principali la facile reperibilità la fiducia nelle marche e il giusto rapporto qualità-prezzo