



Würstel



Aristide Moscariello

© Riproduzione Riservata

## LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO (a.t. novembre 2025)

VENDITE A VALORE (€)

315.700.782

▲ +1,7%

VENDITE A VOLUME (Kg)

66.044.450

▼ -0,1%

Totale Italia – a.t.novembre 2025 – fonte: Circana

## EXECUTIVE SUMMARY



▲ SUD

Crescono gli acquisti nelle regioni meridionali



▲ INNOVAZIONE

Le aziende investono su nuove proposte di fascia alta



▲ PRIVATE LABEL

La Mdd veicola quasi metà del giro d'affari



▼ PREZZI

Lo scontrino medio torna a segnare rincari



▼ IPER

Il canale continua a perdere quote di mercato

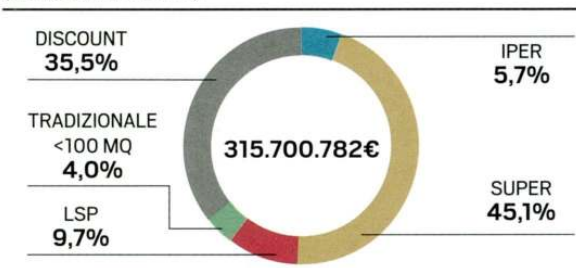


▼ COSTI

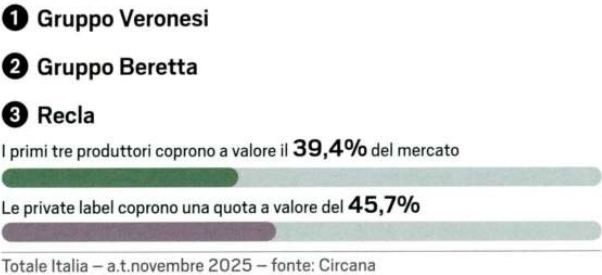
I listini della carne di pollo registrano ancora aumenti

SALUMI > WÜRSTEL

INCIDENZA A VALORE PER CANALE  
(a.t. novembre 2025)



RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE  
(a.t. novembre 2025)



INCIDENZA A VALORE PER AREA  
(a.t. novembre 2025)



INCIDENZA A VOLUME PER AREA  
(a.t. novembre 2025)



DENTRO I NUMERI

Non è certo un'inversione di tendenza tout court, ma quantomeno rappresenta un segnale di maggiore equilibrio rispetto al recente passato. Secondo i dati di Circana, relativi al totale Italia+discount nell'anno terminante a novembre 2025, il mercato dei würstel resta pressoché stabile a volume, per circa 66 milioni di kg. Il giro d'affari, invece, complice un ulteriore rincaro del prezzo medio, avanza del +1,7%, superando la soglia dei 315 milioni di euro. A spingere la categoria, diversamente da quanto accaduto negli ultimi anni, è il segmento del würstel normale, composto appunto dalle referenze classiche, ripieni inclusi. Questi prodotti, che rappresentano quasi il 90% delle vendite a volume totali, mettono a segno una crescita del fatturato pari al +2,1%, per 263,6 milioni di euro. Al contrario, il segmento del würstel speciale, che comprende tipicità come Servelade, Wiener, Meraner, Frankfurter e Brat, frena la corsa, riportando un calo del -1,3% a volume, per 6,6 milioni di kg, e del -0,4% a valore, per 52 milioni di euro. Analizzando le dinamiche delle vendite nelle diverse aree geografiche, spicca il dato delle regioni meridionali, uniche a crescere nel market share. Il Sud, infatti, si conferma saldamente

DIMENSIONI E TREND DEI SEGMENTI  
(a.t. novembre 2025)

Segmenti	Vendite a Valore €	Var. %	Vendite a Volume Kg	Var. %
Würstel normale	263.691.618	+1,7	59.347.800	+0,1
Würstel speciale	52.009.165	+2,1	6.696.649	-1,3
<b>Totale</b>	<b>315.700.782</b>	<b>-0,4</b>	<b>66.044.450</b>	<b>-0,1</b>

Totale Italia – a.t.novembre 2025 – fonte: Circana

leader nei consumi, con una sales location del 35,7% a volume e del 32,1% a valore, per un fatturato di 101,4 milioni di euro, in aumento del +4,9 per cento. Segue il Nord-ovest, con una quota nel giro d'affari totale pari al 24,3%, davanti al Centro+Sardegna con il 21,9 per cento. A livello di competition, i primi tre produttori del mercato restano Gruppo Veronesi, Gruppo Beretta e Recla, che coprono insieme il 39,4% del mercato a valore. Continua poi a farsi velocemente largo la marca del distributore, che raggiunge una quota del 45,7%, contro il 44,7% dell'anno precedente, beneficiando di nuovi lanci in tutte le fasce di prezzo.



SALUMI > WÜRSTEL

## OVERVIEW

## CONSUMI

### ② Numeri stabili

Considerando il perimetro Gdo+discount, la categoria dei würstel può contare su una penetrazione del 63%, con oltre 16 milioni di acquirenti e una media di nove atti d'acquisto annui. Circa due terzi dei volumi complessivi sono realizzati dalle carni bianche. Si tratta di una peculiarità tutta italiana, considerato che nel resto d'Europa la materia prima utilizzata è in larga parte di origine suina.

### ② Come cambia la domanda

I consumatori si mostrano più attenti al prezzo, orientandosi verso le promozioni. Allo stesso tempo, però, cresce l'interesse per würstel preparati con carni selezionate, provenienze chiare e processi tradizionali come l'affumicatura naturale. L'attenzione, inoltre, tende a spostarsi verso l'etichetta pulita, con l'eliminazione di additivi percepiti come poco naturali. Intanto, inizia a ritagliarsi spazio la nicchia dei veg-würstel, spinta da trend legati al benessere e alla riduzione delle proteine animali.

## FILIERA

### ② Quotazioni in discesa per il suino

Secondo i dati del Crefis, a ottobre 2025 i prezzi dei suini da macello e delle scrofe da macello hanno registrato una significativa battuta d'arresto. La quotazione media mensile dei suini da macello destinati al circuito tutelato ha raggiunto i 2,110 euro/kg per gli animali di peso 160-176 kg, segnando -3,3% rispetto a settembre. Per quelli di peso 144-152 kg e 152-160 kg, invece, si è attestata rispettivamente a 2,020 euro/kg e a 2,050 euro/kg, con una contrazione intorno al -3,5% a livello congiunturale. Considerando tutte e tre le tipologie di animali, le variazioni tendenziali si attestano al -11 per cento. Sempre a otto-

bre 2025, hanno riscontrato flessioni anche i prezzi dei suini da macello destinati al circuito non tutelato. In particolare, la quotazione media degli animali di peso 160-176 kg si è fermata a 1,972 euro/kg (-3,6% rispetto a settembre) mentre per quelli di peso 90-115 kg il valore è stato pari a 1,822 euro/kg (-3,8%). Anche in questo caso tornano negative le variazioni tendenziali, con cali attorno al -10 per cento. Per quanto riguarda i suini da allevamento, prosegue la discesa del prezzo medio, in particolare per gli animali di peso 30 kg (3,486 euro/kg, -8,6%) e 40 kg (2,881 euro/kg, -7,3%), che riscontrano tuttavia variazioni tendenziali positive di circa il +0,9 per cento.



## EXPORT

### ② Scambi in crescita

Secondo i dati di Ismea, nei primi otto mesi del 2025 la categoria che comprende mortadella e würstel ha riportato un incremento delle esportazioni pari al +5,9% a valore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, raggiungendo quota 174,1 milioni di euro. Le vendite a volume, invece, hanno segnato un progresso del +4,7%, per 34.504 tonnellate. Resta pressoché stabile il prezzo medio all'export, attestato a 5,05 euro al kg.

## RETAIL

## CATEGORY

### ② Pl sempre più protagonista

La Mdd guadagna spazio e diventa uno dei principali vettori di innovazione, estendendo la propria presenza a tutte le fasce prezzo. Lo scaffale si polarizza così tra soluzioni entry level, sempre più diffuse nei canali a forte rotazione, e prodotti premium che puntano

sulla forza del racconto di filiera, sulla riduzione degli additivi e su formati più moderni. In questo contesto, la leva comunicativa torna decisiva. Il consumatore chiede trasparenza, origine esplicita e un posizionamento oltre la convenienza, restituendo valore a un prodotto spesso vissuto come commodity.

SALUMI > WÜRSTEL

## PREZZI

### 🕒 Tornano i rincari

Secondo i dati Circana per il totale Italia+-discount, relativi all'a.t. novembre 2025, il mercato totale dei würstel riporta un prezzo medio pari a 4,78 €/kg, contro i 4,69 €/kg di 12 mesi prima. Il segno positivo riguarda sia il segmento del würstel normale, sia soprattutto quello del würstel speciale, che raggiunge i 7,76 €/kg, con un aumento del +3% rispetto all'anno precedente. A livello di aree geografiche, la forbice dei prezzi dei würstel, includendo sempre anche i discount, spazia dai 5,41 euro al kg del Nord-est (+2,2%), fino ai 4,30 euro al kg del Sud (+4,3%). Per quanto riguarda i canali di distribuzione, la battuta di cassa media dei supermercati si attesta a 5,77 euro al kg, contro i 5,68 euro al kg dell'anno precedente. Gli ipermercati invece passano da 5,97 a 6,12 euro al kg (+2,5%), mentre i discount da 3,54 a 3,62 euro al kg (+2,2%).

## BUYER

L'insegna conta su sette referenze a marchio privato, tra suino, pollo e misto. "L'incidenza della pl è significativa – sottolinea **Francesco Rosato, Category analyst Maiora** –. Rappresenta infatti circa il 25% delle referenze totali e delle vendite a valore della categoria. Questa quota rilevante testimonia la fiducia dei clienti nella nostra marca e la capacità dell'assortimento di rispondere in termini di convenienza e continuità. Lavoriamo per mantenere un equilibrio tra Mdd e brand industriali, con l'obiettivo di ampliare le scelte del consumatore e creare valore per l'insegna attraverso margini controllati e una gamma differenziata".

### 🕒 Equilibrio e distintività

Pur non rappresentando una categoria stra-

## ASSORTIMENTO

### 🕒 Più chiarezza sullo scaffale

Il mercato dei würstel evidenzia una configurazione più chiara, con un'offerta che tende a semplificarsi e a privilegiare prodotti riconoscibili. La componente mainstream, che rappresenta la parte preponderante dei volumi, riacquista centralità, sostenuta da un posizionamento competitivo e da ricette percepite come rassicuranti. A crescere è soprattutto la domanda di referenze trasparenti nelle materie prime, provenienze più definite e lavorazioni tradizionali, dall'affumicatura naturale all'impiego di tagli selezionati. Nel reparto, la razionalizzazione delle numeriche favorisce una maggiore leggibilità dello scaffale, con un equilibrio più netto tra prodotti di primo prezzo e proposte ad alto contenuto di servizio. Intanto, le linee premium si spostano verso grammature più contenute, in risposta a nuclei familiari ridotti e a una crescente sensibilità allo spreco.

## CANALI

### 🕒 Bene i discount, mentre gli iper perdono punti

Considerando i dati Circana relativi all'anno terminante a novembre 2025, il 46,9% delle vendite a volume è veicolato dai discount, in linea con i risultati dell'anno precedente. Il giro d'affari del canale sfiora i 112 milioni di euro (+1,4%), con una quota del 35,5% sul totale. In termini di fatturato restano quindi saldamente leader i supermercati, con un market share del 45,1%, per 142,3 milioni di euro (+2,6%). Spicca inoltre l'andamento negativo degli ipermercati, che cedono il 5% a volume e più del 3% a valore, per 17,8 milioni di euro, con un peso del 5,7% sul fatturato totale. Nel complesso, il giro d'affari di iper+super+liberi servizi, considerati insieme, raggiunge quota 203,7 milioni di euro, segnando un progresso del +1,7% in confronto all'a.t. a novembre 2024.



**Francesco Rosato,**  
Category Analyst Maiora

nuove referenze a marchio privato dedicate alla fascia entry-level, con l'obiettivo di ampliare l'offerta per i consumatori più attenti al budget, senza compromettere né la qualità del prodotto né la soddisfazione del cliente".