

GENNAIO 2026

EXPORT & MERCATI

Elaborato a cura dell'Ufficio Studi e Ricerche di Fondosviluppo S.p.A. per
Confcooperative - Ufficio per le Politiche di Internazionalizzazione e Mercati

IL MERCATO DEI FORMAGGI IN GERMANIA

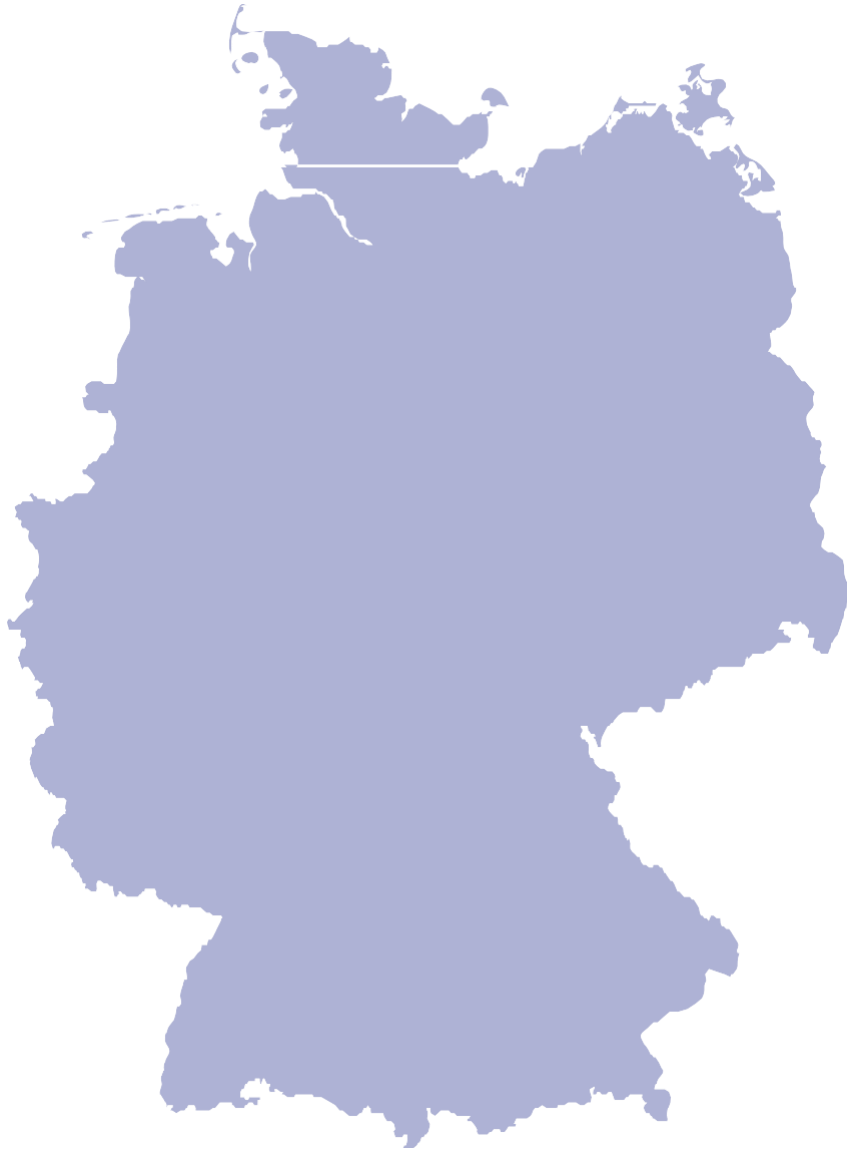
FORMAGGI



FONDO
SVILUPPO

CONFCOOPERATIVE
INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL MERCATO DEI FORMAGGI IN GERMANIA



SOMMARIO

1. IL MERCATO DELL'IMPORT
2. LE VENDITE IN VOLUME E VALORE
3. LE QUOTE DI MERCATO
4. LA DISTRIBUZIONE
5. LE PREVISIONI DI VENDITA
6. I PREZZI ALLO SCAFFALE

IL MERCATO DELL'IMPORT

Dalle elaborazioni sui dati *UN Comtrade*, nel 2024 il **mercato tedesco** delle importazioni di formaggi evidenzia una nuova fase di espansione in termini di volumi, che **raggiungono 951 milioni di kg, in aumento del +5,7% rispetto al 2023**. Sul piano dei valori, invece, le importazioni si attestano a 5.808 milioni di dollari, **mostrando una sostanziale stabilità su base annua (-0,2%)**, segnale di un rallentamento della dinamica dei prezzi medi/import unit values rispetto agli anni precedenti.

In tale contesto, i **Paesi Bassi** si confermano il principale fornitore della Germania sia per quanto riguarda i volumi di vendita, con 316 milioni di kg importati (pari al 33,3% del totale), sia con riguardo alle vendite in valore, pari a 1.670 milioni di dollari nel 2024 (28,8% del totale). Dal punto di vista delle vendite di formaggio in volume seguono la **Francia** e la **Danimarca**, mentre in valore fanno seguito ai Paesi Bassi la Francia (15,5% del totale) e l'**Italia** (con una quota pari al 13,9% del totale).

L'**Italia** consolida infatti un posizionamento di rilievo nel mercato tedesco, con 86 milioni di kg importati nel 2024 (+6,6% sul 2023) e 808 milioni di dollari in valore (+1,8% rispetto al 2023), **collocandosi al quinto posto in volume ma al terzo posto in valore tra i partner commerciali**. Tale differenziale tra la quota di vendite in volume (9,0% del totale) e la quota di vendite in valore (13,9% del totale) segnala un posizionamento competitivo dell'offerta italiana nei segmenti a maggiore valore unitario, **coerente con una specializzazione su referenze di qualità e a più elevato contenuto distintivo**.

Nel medio periodo 2019-2024, il mercato tedesco mostra una dinamica strutturalmente positiva: **i volumi importati crescono da 870 a 951 milioni di kg, mentre i valori passano da 4.540 a 5.808 milioni di dollari**, confermando il rafforzamento della domanda tedesca di formaggi esteri. Quello tedesco si conferma dunque un mercato di sbocco strategico e ad alta competitività per i produttori internazionali e un mercato particolarmente rilevante per l'export italiano, che mantiene una presenza significativa e competitiva soprattutto nelle fasce a più elevato valore aggiunto.

L'IMPORT DI FORMAGGI IN GERMANIA, IN VOLUME (milioni di kilogrammi)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati UN Comtrade

PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 2024/2023	Quota paese
Paesi bassi	296	301	303	293	292	316	8,5%	33,3%
Francia	137	140	138	125	119	119	-0,4%	12,5%
Danimarca	98	107	102	108	116	112	-3,5%	11,7%
Austria	75	74	83	92	86	92	7,3%	9,7%
Italia	69	72	81	77	80	86	6,6%	9,0%
Svizzera	36	37	40	38	36	41	14,8%	4,3%
Polonia	32	32	33	30	33	38	15,2%	4,0%
Altri	127	133	134	132	138	148	6,7%	15,5%
Totale	870	895	914	895	900	951	5,7%	100%

*HS 0406-Formaggi e latticini

L'IMPORT DI FORMAGGI IN GERMANIA, IN VALORE (milioni di USD)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati UN Comtrade

PAESI	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 2024/2023	Quota paese
Paesi bassi	1.317	1.349	1.461	1.655	1.653	1.670	1,0%	28,8%
Francia	851	898	929	846	960	898	-6,5%	15,5%
Italia	589	613	707	678	794	808	1,8%	13,9%
Austria	380	396	464	501	538	545	1,4%	9,4%
Danimarca	336	350	358	451	451	434	-3,9%	7,5%
Svizzera	328	358	400	370	385	412	7,1%	7,1%
Grecia	156	182	207	226	286	273	-4,6%	4,7%
Altri	583	605	637	711	751	768	2,2%	13,2%
Totale	4.540	4.752	5.162	5.439	5.818	5.808	-0,2%	100%

*HS 0406-Formaggi e latticini

LE VENDITE IN VOLUME E VALORE

Sul fronte dei consumi, dalle analisi effettuate sui dati provenienti da *Euromonitor International*, emerge che **i consumatori tedeschi hanno acquistato un totale di 1.100,9 migliaia di tonnellate di formaggio** nel 2025, di cui 899 migliaia di tonnellate relative al mercato *retail* e 201,9 migliaia di tonnellate a quello del *foodservice*. Nel complesso, si registra una **crescita dei volumi di vendita di formaggio in Germania pari al +1,7%** tra il 2024 e il 2025.

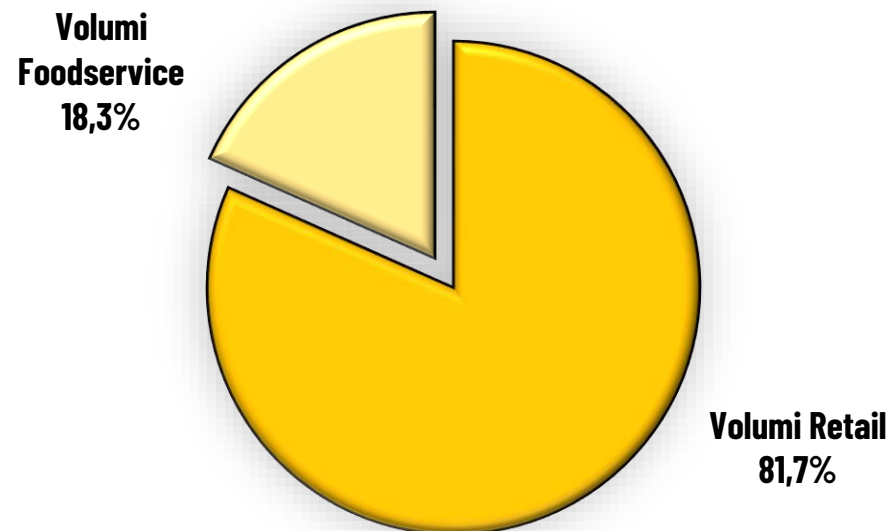
Con riferimento ai canali di vendita, si evidenzia una crescita dei volumi di vendita di formaggio per il canale *retail* (+2,6% nel 2025 rispetto al 2024), mentre si segnala una flessione dei volumi di vendita nel comparto del *foodservice* (-2,1% nel 2025 rispetto al 2024). In particolare, nel canale di vendita *retail* si segnala la variazione percentuale maggiore dei volumi di vendita per la categoria del formaggio non trasformato, pari al +2,8% tra il 2024 e il 2025, mentre per il canale *foodservice* si evidenzia una flessione dei volumi di vendita del formaggio non trasformato pari al -2,2%.

Complessivamente, nel **medio periodo (2020-2025)**, i volumi di vendita del formaggio in Germania si caratterizzano per una dinamica positiva, con un **tasso di crescita medio annuo pari al +2,1%**. Nonostante il ribasso segnalato nell'ultimo anno, a tale dinamica positivo ha contribuito in misura prevalente il canale di vendita *foodservice*, che segnala una variazione percentuale media annua pari al +6,8%, mentre per il segmento di vendita *retail* si registra una crescita media annua più contenuta, pari al +1,2% nel periodo considerato.

Nel 2025, **i ricavi provenienti dalla vendita di formaggio in Germania ammontano a 11.349,9 milioni di euro**, facendo registrare una **crescita del +6,5%** rispetto al 2024. Più precisamente, si registra un aumento del +7,6% dei valori di vendita del formaggio non trasformato e del +2,7% del formaggio trasformato rispetto all'anno precedente. Anche nel **medio periodo (2020-2025)** si segnala una dinamica in forte crescita delle vendite di formaggio in Germania, con un **tasso di crescita medio annuo pari al +8,3% nel periodo considerato**.

LA RIPARTIZIONE DEL MERCATO PER VOLUMI DI VENDITA NEL 2025

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



LE VENDITE DEL FORMAGGIO NEL MERCATO RETAIL, IN VOLUME (.000 tonnellate)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Var. % 25/24
Formaggio	846,2	862	820,1	849,8	875,9	899	2,6%
Formaggio trasformato	183,3	186,1	183	190,8	198,1	202,1	2,0%
Formaggio trasformato spalmabile	137,5	140,6	137,9	145,2	151,3	155,5	2,8%
Formaggio trasformato non spalmabile	45,8	45,5	45,1	45,6	46,8	46,6	-0,4%
Formaggio non trasformato	662,9	675,9	637	659	677,8	696,9	2,8%
Formaggio a pasta dura	409,6	417,6	422,5	427,2	445,7	459,8	3,2%
Formaggio a pasta dura confezionato	348,2	355,4	362,6	363,4	381	395,6	3,8%
Formaggio a pasta dura non confezionato	61,4	62,2	59,8	63,8	64,7	64,2	-0,8%
Formaggio a pasta molle	253,3	258,3	214,5	231,8	232,1	237,1	2,2%

LE VENDITE DEL FORMAGGIO NEL MERCATO *FOODSERVICE*, IN VOLUME (.000 tonnellate)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Var. % 25/24
Formaggio	145,1	161,9	184,3	196,1	206,2	201,9	-2,1%
Formaggio trasformato	33	36,8	43,6	46,1	48,8	47,9	-1,8%
Formaggio trasformato spalmabile	23,7	26,5	30,5	32,4	34,3	33,7	-1,7%
Formaggio trasformato non spalmabile	9,3	10,3	13,1	13,7	14,5	14,2	-2,1%
Formaggio non trasformato	112,1	125,1	140,7	150,1	157,4	154	-2,2%
Formaggio a pasta dura	38,6	43	48,5	50,8	53,7	52,8	-1,7%
Formaggio a pasta dura confezionato	24,5	27,5	30,8	31,9	33,9	33,3	-1,8%
Formaggio a pasta dura non confezionato	14,1	15,5	17,7	18,9	19,8	19,5	-1,5%
Formaggio a pasta molle	73,5	82,1	92,2	99,3	103,7	101,2	-2,4%

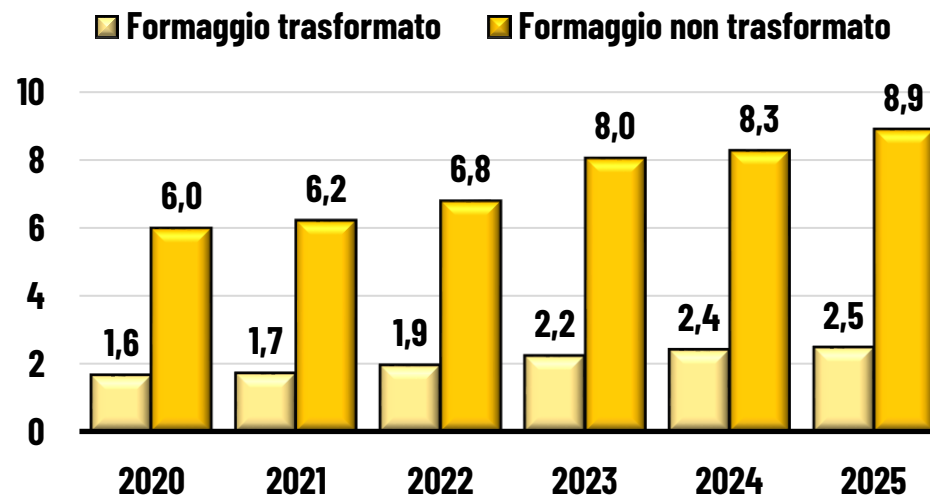
LE VENDITE DEL FORMAGGIO NEL MERCATO *RETAIL*, IN VALORE (miliardi di EUR)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Var. % 25/24
Formaggio	7,6	7,9	8,7	10,3	10,7	11,3	6,5%
Formaggio trasformato	1,6	1,7	1,9	2,2	2,4	2,5	2,7%
Formaggio trasformato spalmabile	1,3	1,4	1,6	1,8	2,0	2,0	3,1%
Formaggio trasformato non spalmabile	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,9%
Formaggio non trasformato	6,0	6,2	6,8	8,0	8,3	8,9	7,6%
Formaggio a pasta dura	3,7	3,8	4,3	5,1	5,4	5,8	8,3%
Formaggio a pasta dura confezionato	3,0	3,1	3,6	4,2	4,4	4,8	9,3%
Formaggio a pasta dura non confezionato	0,6	0,7	0,7	0,9	0,9	0,9	3,2%
Formaggio a pasta molle	2,3	2,4	2,4	2,9	2,9	3,1	6,4%

I VALORI DI VENDITA *RETAIL* DEL FORMAGGIO, PER SOTTOCATEGORIE (miliardi di EUR)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



LE QUOTE DI MERCATO

Con riferimento agli assetti competitivi, dai dati *Euromonitor International* emerge come il mercato del formaggio trasformato spalmabile in Germania sia caratterizzato da un buon grado di concorrenzialità. Nel 2025, infatti, una quota pari all'8,5% del totale dei valori di vendita fa riferimento alla società **Kraft Heinz Co**, seguita dalle società **Arla Foods Amba** con il 7,6% del totale e la società **Hochland SE**, a cui fa riferimento il 5,5% del totale delle vendite di formaggio trasformato spalmabile nel 2025. Si segnala, infine, una quota pari al 31,9% del totale in capo a marchi Private Label.

Al contrario, si rileva una sostanziale posizione di monopolio delle società **Hochland SE** e **Savencia SA** nell'ambito del formaggio trasformato non spalmabile, a cui fanno riferimento, rispettivamente, l'8,8% e l'8,3% delle vendite totali di formaggio trasformato non spalmabile nel 2025. Il 32,4% del totale delle vendite di formaggio trasformato non spalmabile nel 2025 in Germania, infine, è riconducibile a marchi Private Label.

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA

DEL "FORMAGGIO TRASFORMATO NON SPALMABILE", PER BRAND E SOCIETÀ

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

BRAND	SOCIETÀ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Hochland	Hochland SE	13,2%	13,0%	10,7%	9,2%	8,9%	8,8%
Saint Albray	Savencia SA	6,8%	6,7%	8,0%	7,8%	8,1%	8,3%
Kraft	Kraft Heinz Co	3,0%	2,6%	2,2%	2,0%	1,9%	1,9%
Private Label	Private Label	43,1%	43,1%	43,2%	44,7%	45,4%	48,6%
Altri	Altri	33,9%	34,6%	35,9%	36,3%	35,6%	32,4%
Totale	Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA DEL "FORMAGGIO TRASFORMATO SPALMABILE", PER BRAND E SOCIETÀ

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

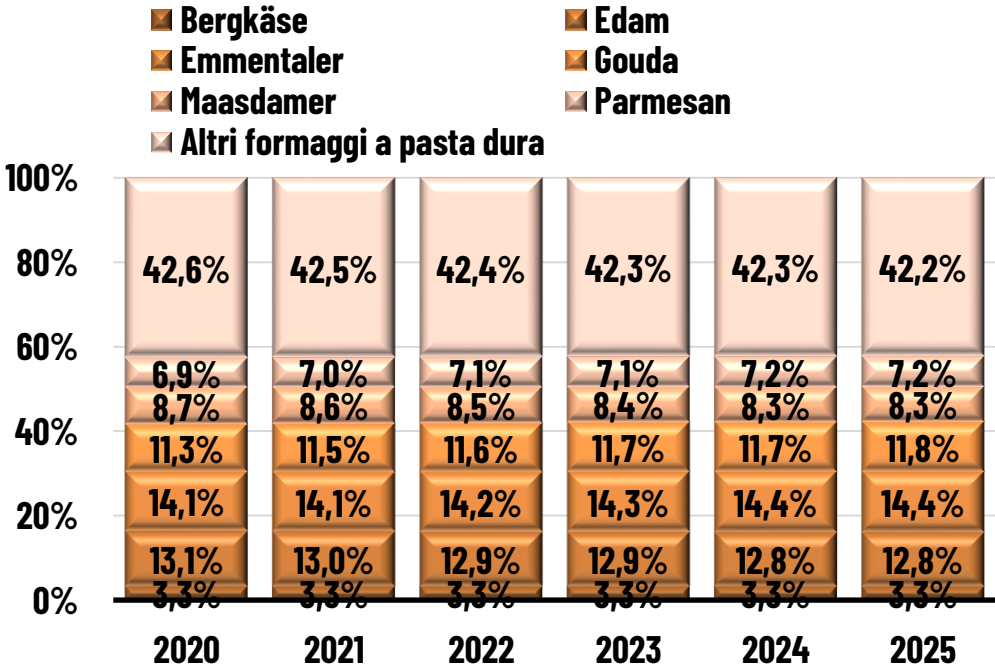
BRAND	SOCIETÀ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Philadelphia	Kraft Heinz Co	13,8%	13,3%	11,0%	9,9%	9,2%	8,5%
Arla	Arla Foods Amba	9,2%	9,1%	8,4%	7,7%	7,6%	7,6%
Almette	Hochland SE	7,3%	7,1%	6,8%	6,6%	5,9%	5,5%
Exquisa	Karwendel-Werke Huber GmbH	7,0%	6,9%	5,4%	5,0%	5,3%	5,2%
Milkana	Savencia SA	5,2%	5,0%	4,7%	4,4%	4,4%	3,7%
Miree	Karwendel-Werke Huber GmbH	6,0%	6,0%	4,4%	4,1%	3,9%	3,7%
Bresso/Bressot	Savencia SA	3,3%	3,2%	3,1%	2,8%	2,6%	2,5%
Brunch	Savencia SA	2,0%	1,9%	2,0%	1,8%	2,0%	1,6%
Adler Edelcreme	Bel, Groupe	1,7%	1,7%	1,2%	1,0%	0,9%	0,9%
Kiri	Bel, Groupe	1,9%	1,9%	1,1%	0,6%	0,7%	0,8%
Hochland	Hochland SE	1,1%	1,0%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%
Castello	Arla Foods Amba	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%
Private Label	Private Label	31,9%	32,2%	32,3%	31,6%	30,4%	31,9%
Altri	Altri	9,4%	10,3%	18,7%	23,7%	26,4%	27,4%
Totale	Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

In riferimento al mercato del formaggio a pasta dura, il 4,5% delle vendite totali è riconducibile alla società **Lactalis, Groupe**, mentre le società **Molkerei Ammerland eG** e **Royal FrieslandCampina NV** detengono, rispettivamente, il 2,7% e il 2,5% delle quote di mercato. Guardando alla ripartizione del mercato del formaggio a pasta dura per referenza, si rileva come la quota più alta sia riferita all'**emmentaler**, pari al 14,4% del totale nel 2025.

Infine, anche con riguardo al formaggio a pasta molle, la società **Savencia SA** controlla, per il tramite di due brand, la quota di mercato maggiore, pari al 14%. Fanno seguito le società **Lactalis, Groupe** (8,2% del totale tramite un unico brand) e **Hochland SE** (6,8% del totale per il tramite di due brand). Infine, in termini di referenze, il mercato del formaggio a pasta molle in Germania risulta essere dominato dalla **mozzarella**, a cui è riferita una quota del 15,4% del totale per il 2025.

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA
DEL "FORMAGGIO DURO", PER REFERENZA

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA
DEL "FORMAGGIO DURO", PER BRAND E SOCIETÀ

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

BRAND	SOCIETÀ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Leerdammer	Lactalis, Groupe	-	6,1%	5,2%	4,6%	4,6%	4,5%
Ammerlander	Molkerei Ammerland eG	2,1%	2,3%	3,0%	2,5%	2,6%	2,7%
Frico	Royal FrieslandCampina NV	3,0%	2,9%	2,9%	2,6%	2,5%	2,5%
Grünländer	Hochland SE	3,3%	3,3%	3,0%	2,6%	2,4%	2,2%
Kerrygold	Ornua Co-op Ltd	2,7%	3,0%	2,2%	2,1%	2,2%	2,1%
Babybel	Bel, Groupe	2,7%	2,7%	2,4%	2,1%	2,0%	1,8%
Fol Epi	Savencia SA	2,4%	2,4%	2,0%	1,8%	1,8%	1,5%
Castello	Arla Foods Amba	1,3%	1,2%	1,4%	1,3%	1,3%	1,5%
Frau Antje	Dutch Dairy Manufacturers	2,1%	2,0%	1,6%	1,4%	1,4%	1,3%
Arla	Arla Foods Amba	1,2%	1,2%	1,1%	0,9%	0,9%	0,8%
Oldenburger	DMK Deutsches Milchkontor GmbH	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%
Landana	Vandersterre Groep	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%
Goldsteig	Goldsteig Käseereien Bayerwald GmbH	1,5%	1,4%	1,0%	0,7%	0,5%	0,4%
Bayernland	Bayernland eG	0,6%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%
Landliebe	Unternehmensgruppe Theo Müller Secs	-	-	-	0,3%	0,3%	0,3%
Bonbel	Bel, Groupe	0,6%	0,6%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
Milram	DMK Deutsches Milchkontor GmbH	0,6%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%
Heirler	Hügli Holding AG	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%
Lindenberger	Mondelez International Inc	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
Private Label	Private Label	42,3%	37,0%	36,5%	34,8%	34,7%	34,9%
Altri	Altri	31,5%	30,9%	34,5%	39,8%	40,0%	41,0%
Totale	Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

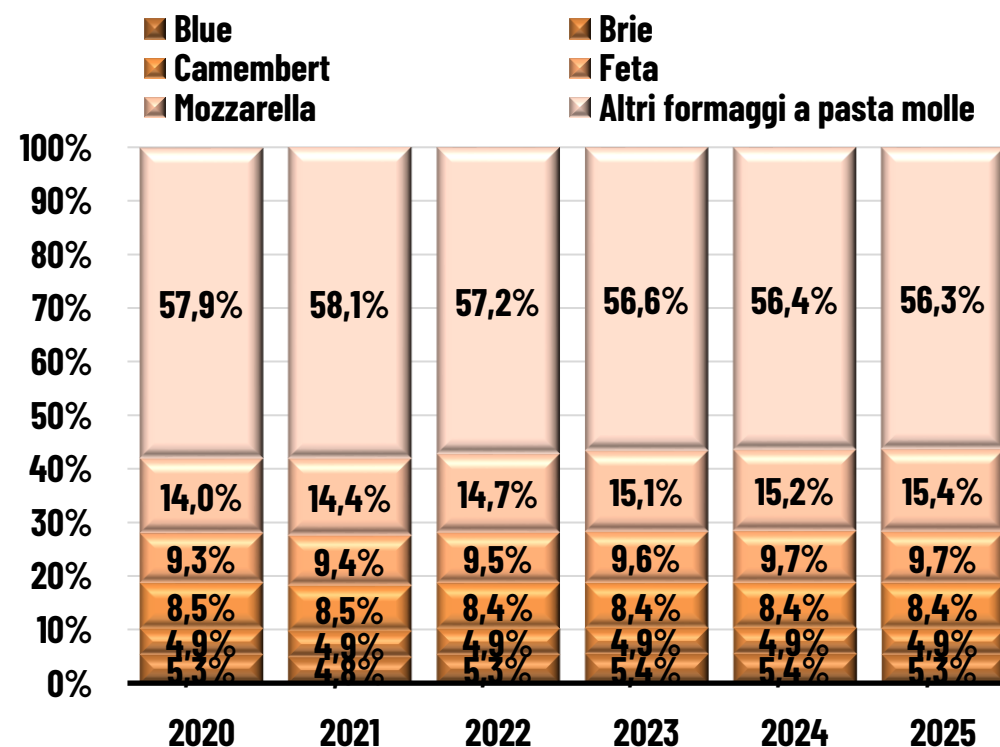
LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA DEL "FORMAGGIO A PASTA MOLLE", PER BRAND E SOCIETÀ

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

BRAND	SOCIETÀ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Président	Lactalis, Groupe	8,2%	8,0%	9,0%	8,0%	8,5%	8,2%
Geramont	Savencia SA	10,4%	10,1%	10,7%	9,6%	10,0%	7,6%
Bresso/Bressot	Savencia SA	7,1%	6,9%	7,4%	6,3%	6,6%	6,4%
Valbrie	Hochland SE	3,4%	3,3%	3,7%	3,3%	3,5%	3,4%
Patros	Hochland SE	7,5%	7,4%	4,8%	4,3%	3,9%	3,4%
Cambozola	Käserei Champignon Hofmeister KG	1,4%	1,4%	2,7%	2,4%	2,8%	3,1%
Zott	Zott GmbH & Co KG	5,1%	5,0%	3,1%	2,8%	2,9%	2,7%
Galbani	Lactalis, Groupe	3,1%	3,0%	2,5%	2,2%	2,2%	2,1%
Salakis	Lactalis, Groupe	1,7%	1,7%	2,1%	2,0%	2,2%	2,0%
Champignon	Käserei Champignon Hofmeister KG	1,7%	1,6%	1,5%	1,4%	1,4%	1,7%
Le Tartare	Savencia SA	2,0%	1,9%	1,8%	1,7%	1,7%	1,6%
Rotkäppchen	Eurial Poitouaine SA	2,3%	2,2%	1,6%	1,5%	1,5%	1,6%
Goldsteig	Goldsteig Käsereien Bayerwald GmbH	3,5%	3,3%	2,8%	1,8%	1,6%	1,3%
Bavaria Blu	Bergader Privatkäserei GmbH	1,4%	1,4%	1,3%	1,2%	1,1%	1,3%
Rügener	DMK Deutsches Milchkontor GmbH	1,0%	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%
Castello	Arla Foods Amba	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%
Boursin	Bel, Groupe	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Private Label	Private Label	25,7%	26,4%	26,8%	24,6%	26,0%	26,0%
Altri	Altri	13,6%	14,3%	16,4%	25,1%	22,4%	25,8%
Totale	Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA DEL "FORMAGGIO A PASTA MOLLE", PER REFERENZA

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



LA DISTRIBUZIONE

Nell'ambito del canale *retail*, la **quasi totalità degli acquisti** (pari al 99,5% del totale) di formaggio in Germania per il 2025 fa riferimento alla **vendita al dettaglio offline**. In particolare, i discount si attestano come i punti vendita preferiti da parte dei consumatori tedeschi, a cui è riconducibile il 4% del totale degli acquisti. A questi fanno seguono i supermercati e gli ipermercati, a cui sono riferiti, rispettivamente, il 31,8% e il 17,3% del totale degli acquisti di formaggio nel 2025 in Germania.

Gli acquisti effettuati tramite **e-commerce**, infine, occupano uno spazio ancora residuale, attestandosi allo **0,5% del totale nel 2025**, indicando dunque un utilizzo piuttosto limitato di tale canale di vendita per l'acquisto di formaggio da parte dei consumatori tedeschi.

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA NEI CANALI RETAIL

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CANALE E SOTTOCANALE DI DISTRIBUZIONE	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vendita al dettaglio offline	99,7%	99,6%	99,6%	99,7%	99,6%	99,5%
Minimarket	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	0,7%
Supermercati	27,5%	27,9%	28,5%	29,6%	29,4%	31,8%
Ipermercati	17,4%	17,2%	16,8%	16,8%	16,3%	17,3%
Discount	41,8%	41,9%	41,9%	42,0%	42,7%	40,0%
Rivenditori indipendenti specializzati	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	0,9%
Piccoli rivenditori locali	9,3%	9,1%	8,9%	8,1%	8,1%	7,6%
Rivenditori di generi non alimentari	1,6%	1,5%	1,6%	1,4%	1,3%	1,3%
Vendita al dettaglio e-commerce	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

LE PREVISIONI DI VENDITA

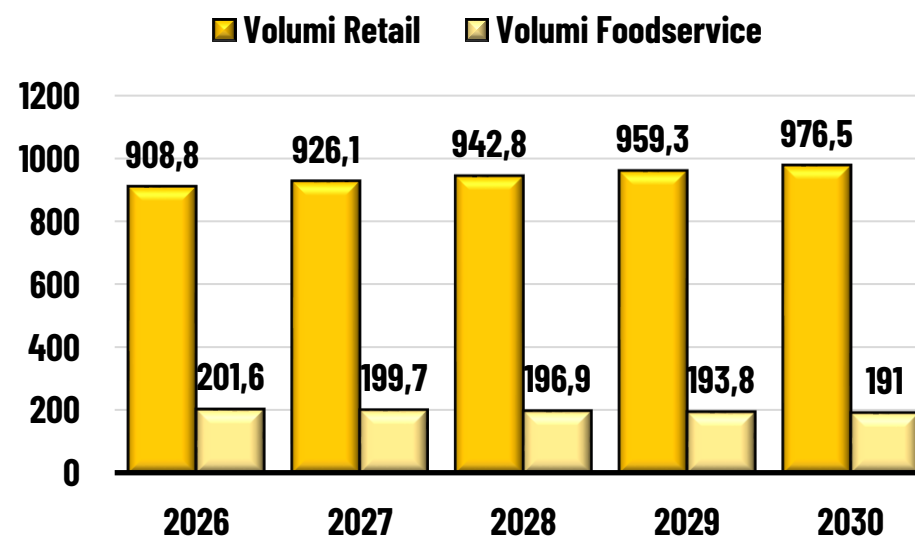
In riferimento alle **previsioni di vendita nel medio periodo (2026-2030)**, dall'analisi dei dati provenienti da *Euromonitor International* si prospetta una **crescita dei volumi di vendita** di formaggio del +1,8% medio annuo per il segmento *retail*, mentre si attende una flessione del -1,3% per il comparto del *foodservice*.

Disaggregando i dati con riferimento al settore *retail*, nel periodo 2026-2030 si stima una crescita nei consumi di entrambe le categorie di formaggi. In particolare, si evidenzia una crescita del +9,5% nel 2030 rispetto al 2025 per il formaggio non trasformato.

Dal lato dei **ricavi di vendita**, si prevede una **crescita media annua a un tasso del +4,6% nel periodo considerato**.

LE PREVISIONI DEI VOLUMI DI VENDITA RETAIL E FOODSERVICE (.000 tonnellate)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



LE PREVISIONI DEI VOLUMI DI VENDITA DEL FORMAGGIO NEL MERCATO RETAIL LE PREVISIONI DEI VOLUMI DI VENDITA DEL FORMAGGIO NEL MERCATO FOODSERVICE (.000 tonnellate)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2026	2027	2028	2029	2030	Var. % 30/26
Formaggio	908,8	926,1	942,8	959,3	976,5	7,4%
Formaggio trasformato	202,8	203,4	203,6	203,8	203,7	0,4%
Formaggio trasformato spalmabile	157,4	158,6	159,4	160	160,3	1,8%
Formaggio trasformato non spalmabile	45,4	44,8	44,2	43,8	43,4	-4,4%
Formaggio non trasformato	706	722,7	739,1	755,6	772,8	9,5%
Formaggio a pasta dura	463,2	473,2	485,1	497,7	511,4	10,4%
Formaggio a pasta dura confezionato	400,2	411,2	424	437,6	452,3	13,0%
Formaggio a pasta dura non confezionato	63	62	61,1	60,1	59,1	-6,2%
Formaggio a pasta molle	242,8	249,5	254	257,9	261,4	7,7%

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2026	2027	2028	2029	2030	Var. % 30/26
Formaggio	201,6	199,7	196,9	193,8	191	-5,3%
Formaggio trasformato	48,3	48	47,4	46,7	46,1	-4,6%
Formaggio trasformato spalmabile	34,2	34	33,6	33,1	32,7	-4,4%
Formaggio trasformato non spalmabile	14,1	14	13,8	13,6	13,4	-5,0%
Formaggio non trasformato	153,4	151,7	149,5	147,1	144,8	-5,6%
Formaggio a pasta dura	53,2	52,8	52,3	51,7	50,9	-4,3%
Formaggio a pasta dura confezionato	33,7	33,5	33,1	32,6	32,2	-4,5%
Formaggio a pasta dura non confezionato	19,5	19,4	19,2	19,1	18,8	-3,6%
Formaggio a pasta molle	100,2	98,9	97,2	95,4	93,9	-6,3%

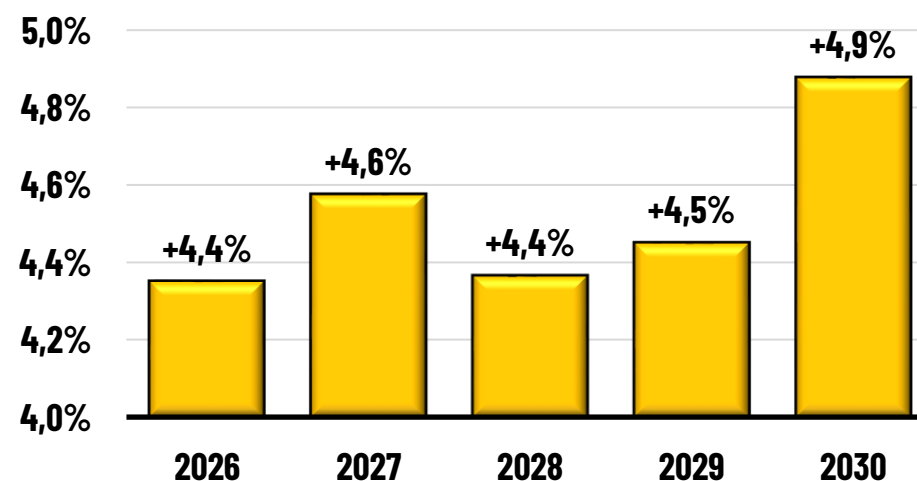
LE PREVISIONI DEI VALORI DI VENDITA DEL FORMAGGIO NEL MERCATO RETAIL (miliardi di EUR)

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA	2026	2027	2028	2029	2030	Var. % 30/26
Formaggio	11,8	12,4	12,9	13,5	14,2	19,6%
Formaggio trasformato	2,6	2,7	2,8	2,9	2,9	13,4%
Formaggio trasformato spalmabile	2,2	2,3	2,3	2,4	2,5	15,2%
Formaggio trasformato non spalmabile	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	4,2%
Formaggio non trasformato	9,2	9,7	10,2	10,6	11,2	21,3%
Formaggio a pasta dura	6,0	6,3	6,6	6,9	7,3	22,1%
Formaggio a pasta dura confezionato	5,0	5,3	5,6	5,9	6,3	25,4%
Formaggio a pasta dura non confezionato	0,96	0,97	0,99	1,00	1,01	4,9%
Formaggio a pasta molle	3,2	3,4	3,6	3,7	3,9	19,8%

LE VARIAZIONI % ATTESE DEI VALORI DI VENDITA RETAIL DEL FORMAGGIO RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International



6. I PREZZI ALLO SCAFFALE

I FORMAGGI PROCESSATI: I PREZZI ALLO SCAFFALE – GIUGNO 2025

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

FORNITORE	BRAND	DISTRIBUTORE	PESO (g)	PREZZO ALLO SCAFFALE (EURO)
Garmo AG	Gazi	Knuspr	150	2,99
Zentrale Handelsgesellschaft ZH GmbH	Jeden Tag	Mytime.de	150	1,99
Molkerei Ammerland eG	Ammerlander	Mytime.de	150	2,09
Rougette	Rougette	Mytime.de	320	6,89
Lactalis, Groupe	Leerdammer	Mytime.de	100	3,29
Hochland SE	Grünländer	Rewe	140	2,69
Eurial Poitouaine SA	Rotkäppchen	Rewe	150	2,99
Head Cheese	Head Cheese	Kaufland	1600	52,24
DMK Deutsches Milchkontor GmbH	Milram	Rewe	150	2,69
OMIRA Oberland-Milchverwertung Ravensburg GmbH	MinusL	Knuspr	250	4,19
Miil	Miil	Knuspr	200	1,19
DMK Deutsches Milchkontor GmbH	Milram	Knuspr	150	2,69
OMIRA Oberland-Milchverwertung Ravensburg GmbH	MinusL	Knuspr	150	2,69
Hochland SE	Grünländer	Knuspr	140	2,69
Landle	Landle	Knuspr	200	4,99
OMIRA Oberland-Milchverwertung Ravensburg GmbH	MinusL	Knuspr	200	2,49
Fa Alpenhain GmbH	Alpenhain	Knuspr	125	2,49
Andechser Molkerei Scheitz GmbH	Andechser	Knuspr	150	2,99
Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	Grain Milk	Knuspr	115	2,19
Lactalis, Groupe	Galbani	Knuspr	250	2,89

IL BURRO: I PREZZI ALLO SCAFFALE - GIUGNO 2025

Elaborazioni Fondosviluppo su dati Euromonitor International

FORNITORE	BRAND	DISTRIBUTORE	PESO (g)	PREZZO ALLO SCAFFALE (EURO)
Luisenhof	Luisenhof	Knuspr	250	3,99
Isigny Sainte-Mère UCL	Isigny	Knuspr	200	5,69
Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	Grain Milk	Knuspr	100	2,19
Unternehmensgruppe Theo Müller Secs	Weihenstephan	Knuspr	250	3,79
Kavli Holding AS	St Helen's Farm	Knuspr	250	8,99
GLASERNE	GLASERNE	Knuspr	250	4,49
Ornua Co-op Ltd	Kerrygold	Knuspr	250	3,99
ÖMA Beer GmbH	ÖMA	Kaufland	250	9,99
Schwarzwaldmilch GmbH	Schwarzwald	Mytime.de	250	4,59
Unternehmensgruppe Theo Müller Secs	Landliebe	Mytime.de	250	4,19
Ornua Co-op Ltd	Kerrygold	Mytime.de	125	2,69
Rewe Group	Rewe	Rewe	180	2,89
Gourmet Kochmanufaktur	Gourmet Kochmanufaktur	Knuspr	100	7,99
Landle	Landle	Knuspr	250	4,59
Ornua Co-op Ltd	Kerrygold	Aldi Sud	250	3,99
Arla Foods Amba	Arla	Rewe	-	4,49
Arla Foods Amba	Arla	Rewe	-	4,49
Arla Foods Amba	Arla	Mytime.de	200	3,39
Arla Foods Amba	Arla	Knuspr	200	2,89
Arla Foods Amba	Arla	Rewe	200	2,99



Confcooperative – Confederazione Cooperative Italiane

☎ +39 06 680001

📍 Via Torino 146, 00184 Roma

🌐 www.internazionalizzazione.confcooperative.it

✉ internationaloffice@confcooperative.it

f www.facebook.com/ConfcoopExport/

🐦 @ConfcoopMercati

Fondosviluppo S.p.A – Ufficio Studi e Ricerche

☎ +39 06 4807081

📍 Via Torino 153, 00184 Roma

🌐 www.fondosviluppo.it

✉ fondosviluppo@confcooperative.it

✉ fondosviluppo@legalmail.it