

Taste Tomorrow On Tour, oltre mille artigiani a confronto sul futuro di pane e pasticceria

22 Ottobre 2026

di **Redazione**



PARMA – Quattro tappe tra Salerno, Bari, Torino e Verona e oltre mille imprenditori artigiani incontrati: è il bilancio di Taste Tomorrow On Tour, il ciclo di incontri organizzato da Puratos Italia per favorire il confronto con i professionisti della panificazione e della pasticceria. L'ultimo appuntamento si è svolto a Villa Quaranta, a Ospedaletto di Pescantina, in provincia di Verona.

Dagli incontri è emerso un messaggio chiaro: fare pane buono e buoni dolci oggi richiede anche capacità imprenditoriale, conoscenza dei consumatori e attenzione all'innovazione. Una sfida che riguarda le aziende più strutturate come le piccole attività a conduzione familiare, chiamate a rinnovare la propria offerta conservando l'identità e il sapere artigiano.

“Per Puratos gli artigiani rappresentano una realtà di grande valore, su cui investiamo molto. Rappresentano un mondo straordinariamente vivace e diversificato perché ogni zona d'Italia

offre proposte uniche – afferma **Cristian Rizzotti**, sales director di Puratos Italia – il confronto diretto è indispensabile per sviluppare nuove soluzioni, condividere informazioni sull'evoluzione dei mercati e sostenere il consolidamento delle imprese.”

La partecipazione e l'interesse suscitato dagli incontri hanno portato Puratos Italia a programmare una nuova edizione di Taste Tomorrow On Tour nel 2027, con un ampliamento del calendario e delle aree coinvolte.

“Vogliamo essere sempre più vicini, meglio ancora al fianco, dei nostri clienti e anche per questo abbiamo già programmato di aumentare le tappe toccando anche nuove regioni”, conclude Cristian Rizzotti. L'obiettivo è rafforzare il confronto sul territorio, valorizzando le specificità locali che rendono unica, per qualità e varietà, l'offerta artigianale italiana.

Le opportunità offerte dal mercato si accompagnano a criticità che richiedono programmazione. Le dimensioni aziendali ridotte possono rendere più complessi gli investimenti e l'organizzazione del lavoro; il passaggio generazionale pone il tema della continuità dell'attività e della trasmissione delle competenze. A queste sfide si aggiungono la difficoltà nel reperire personale adeguatamente formato e la necessità di introdurre innovazioni coerenti con la propria identità.

“È su questo terreno – ha sottolineato **Maria Rosaria Sanna** della società The RoS specializzata in strategie aziendali – che si gioca una parte importante del futuro del settore: trasformare la qualità artigianale in un'offerta riconoscibile, capace di rispondere alle nuove abitudini di consumo e di sostenere lo sviluppo dell'impresa.

Durante gli incontri, **Valentina Bianchi**, marketing director di Puratos Italia, ha presentato i risultati dell'ultima edizione di Taste Tomorrow, la ricerca internazionale con cui il gruppo segue l'evoluzione dei gusti e delle scelte dei consumatori. Gli italiani non vogliono scegliere tra piacere e salute: l'81% preferisce prodotti da forno più salutari senza ridurre i consumi né rinunciare alle occasioni in cui li mangia. Un dato che in Europa si ferma al 53% e nel mondo al 58%. Accanto all'attenzione per il benessere cresce la curiosità. Il 68% dei consumatori italiani vuole provare combinazioni di gusto nuove o insolite, contro il 59% degli europei. Un'apertura che riguarda anche le consistenze e si accompagna all'interesse per ingredienti e preparazioni provenienti da altre culture gastronomiche.

La tradizione conserva un ruolo centrale: il 54% del campione italiano ritiene che la fermentazione migliori il gusto degli alimenti, mentre il lievito madre continua a trovare spazio in nuove preparazioni. Cambiano anche i momenti di consumo, con una crescente richiesta di prodotti adatti a occasioni diverse durante la giornata.

La nuova indagine sui canali di vendita mostra che, in Italia, il pane è un rituale quotidiano che cambia significato nel corso della settimana. Nei giorni feriali prevale la praticità; nel fine settimana acquistano maggiore peso il piacere e la condivisione, dalla colazione del sabato al pranzo in famiglia. Sono quindi le occasioni di consumo, più dei canali di acquisto, a guidare le scelte.

In questo scenario il panificio artigianale resta un riferimento di qualità: il 70% degli italiani preferisce prodotti realizzati da artigiani in un negozio locale e il 75% sceglie prodotti da forno con ricette o metodi di produzione autentici. Le catene di panifici sono apprezzate per varietà e comodità, mentre il supermercato viene scelto soprattutto per praticità e prezzo. La qualità artigianale viene riconosciuta anche attraverso segnali immediati: il profumo, indicato dal 49% degli intervistati, la consistenza (47%) e l'aspetto (38%). Naturalità degli ingredienti, freschezza e artigianalità sono inoltre tra le caratteristiche per le quali i consumatori si dichiarano disposti a spendere di più.