



La pinsa conquista la tavola degli italiani: la conosce il 94% degli over 25 e 9 su 10 l'hanno già provata

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

La pinsa è uscita dalla fase della curiosità gastronomica ed è entrata stabilmente nelle abitudini alimentari degli italiani. Non è soltanto una proposta da provare al ristorante o una variante della pizza, ma un prodotto sempre più riconosciuto, acquistato e portato in tavola nella quotidianità.

A raccontarlo sono i dati della Survey

Pinsami

2026, condotta online su un campione di 1.000 rispondenti rappresentativo della popolazione italiana over 25. Secondo l'indagine, oggi il 94% degli intervistati dichiara di conoscere la pinsa e, tra chi la conosce, il 91% afferma di averla già consumata.

Il dato fotografa l'evoluzione di una categoria giovane, ma ormai entrata nel linguaggio e nelle abitudini di consumo. La pinsa si sta ritagliando uno spazio sempre più definito nel mondo dei prodotti da forno: pratica, versatile, adatta alla cena domestica, agli aperitivi e ai momenti di condivisione.

A crescere non è solo la notorietà. Nel 2026 aumenta anche il gradimento: il 60% del campione dichiara di apprezzare molto la pinsa, con un incremento del +10% rispetto al 2025. Il consenso è particolarmente forte tra i consumatori tra i 25 e i 45 anni, ma registra una crescita anche tra gli over 55, segno di un progressivo allargamento del pubblico.

La ragione principale del successo Ã la versatilitÃ , indicata dal 64% degli intervistati come uno dei motivi di maggiore apprezzamento. Seguono la percezione di digeribilitÃ e croccantezza, due caratteristiche che contribuiscono a distinguere la pinsa nel panorama dei panificati pronti.

Nel caso di Pinsami, queste qualitÃ sono legate a un impasto realizzato con un mix di farine di frumento, riso e soia, pasta madre, alta idratazione e una lievitazione di almeno 24 ore. Il risultato Ã una base croccante fuori e morbida dentro, pensata per essere farcita in modo libero e pronta in pochi minuti.

Il momento di consumo piÃ¹ forte resta la cena. Il 75% degli user consuma la pinsa principalmente la sera, soprattutto in casa. La dimensione domestica, perÃ², non coincide con un consumo individuale: il 45% degli intervistati dichiara di mangiarla piÃ¹ spesso con la famiglia, inclusi i bambini.

Ã proprio nella fascia tra i 35 e i 55 anni che emerge con maggiore chiarezza il ruolo della pinsa come soluzione concreta per la vita quotidiana: un pasto veloce, buono, personalizzabile e capace di mettere dâ??accordo gusti diversi. In questo senso, la pinsa intercetta una richiesta sempre piÃ¹ presente nelle famiglie italiane: portare in tavola qualcosa di semplice da preparare, ma non banale.

Anche il rapporto con la pizza racconta un cambiamento interessante. Il 58% degli utilizzatori considera la pinsa un possibile sostituto della pizza, mentre il 42% la percepisce come un cibo diverso. Ã un dato significativo perchÃ© suggerisce il consolidamento di una categoria autonoma: la pinsa non cresce soltanto â??per confrontoâ? , ma perchÃ© risponde a occasioni di consumo proprie.

A confermarlo Ã anche il modo in cui viene preparata. Il 44% dei consumatori farcisce la pinsa con ciÃ² che ha giÃ in casa, il 32% preferisce ricette classiche, mentre il 30% ama sperimentare con preparazioni piÃ¹ particolari. Rispetto al 2025 cresce inoltre lâ??ispirazione proveniente dai social media, a conferma della natura creativa e visiva del prodotto: la pinsa si presta a essere reinterpretata, fotografata e condivisa.

Questa doppia anima, pratica e creativa, Ã uno dei motivi della sua forza. PuÃ² diventare una cena pronta in pochi minuti, una base per ricette gourmet, un aperitivo da condividere o una soluzione semplice per valorizzare ingredienti giÃ presenti in cucina.

In questo scenario, Pinsami si conferma tra i protagonisti della categoria. Lâ??azienda, nata a Reggio Emilia nel 2017, Ã specializzata nella produzione di pinsa premium per il retail e il canale horeca, con un posizionamento fondato su qualitÃ , artigianalitÃ , semplicitÃ e valorizzazione della tradizione gastronomica italiana.

La fotografia che emerge dallâ??Osservatorio Ã quella di un mercato giovane ma sempre piÃ¹ solido. Gli italiani conoscono la pinsa, la consumano, la apprezzano e la scelgono per la sua capacitÃ di unire rapiditÃ , gusto e libertÃ di preparazione.

Non Ã¨ piÃ¹ soltanto una novitÃ gastronomica, ma una nuova abitudine domestica: un prodotto che risponde al bisogno contemporaneo di mangiare bene, con semplicitÃ , senza rinunciare alla qualitÃ e al piacere della condivisione.

La Survey Pinsami 2026 Ã¨ stata condotta online su un campione di 1.000 rispondenti rappresentativo della popolazione italiana over 25. L'indagine analizza conoscenza, consumo, occasioni d'uso, percezioni e propensione al riacquisto legate alla pinsa e al brand Pinsami.

Pinsami Ã¨ specialista di basi pinse e pinse farcite premium, con sede nella Food Valley italiana, Ã¨ presente in 37 Paesi nel mondo sia nel settore Retail che Ho.re.ca. Le sue pinse sono diventate in breve tempo riferimento di qualitÃ perchÃ© frutto di un'attenta selezione degli ingredienti provenienti dai migliori mulini e lavorate con cura artigianale.

default watermark

Contatti:

PinsamiContatti:

info@pinsami.it

+39 0522 18498 Via M. Mazzacurati, 13/B 42122 Reggio Emilia

COMUNICATO STAMPA â CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Pinsami

â

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Luglio 30, 2026

Autore

redazione