

APRES UNE ANNEE 2025 SOLIDE, BARILLA ACCELERE EN FRANCE ET VISE LE LEADERSHIP SUR SES CATEGORIES : PÂTES ET SAUCES

Paris, le 24 mars 2026 – Dans un marché alimentaire sous tension, Barilla confirme la solidité de son modèle et poursuit sa croissance de +2 % en volume¹. Première marque italienne en unités vendues en France², Barilla confirme la pertinence de sa stratégie et sa place d’ambassadeur de la gastronomie italienne dans le quotidien des Français. En 2026, Barilla affiche une ambition claire : viser le leadership en continuant à faire grandir ses catégories. Pour y parvenir, le groupe italien mise sur l’innovation avec des nouveautés en adéquation avec les tendances et besoins des consommateurs. 2026 marque également l’entrée de Barilla sur un nouveau segment stratégique : les sauces crudités, lancées en avant-première en France. Une innovation exclusive pour le marché français et une première pour le groupe.

2025, une année de croissance pour Barilla dans un secteur sous tension

2025 a été une année de consolidation durant laquelle Barilla a confirmé la robustesse de son modèle, renforcé sa position dans ses catégories clés et poursuivi une croissance saine et durable.

Cette dynamique illustre la force du modèle de Barilla : une vision de long terme, fidèle à l’ADN familial du groupe et une exigence constante de qualité, d’accessibilité et de responsabilité.

En 2025, Barilla en France c’est :

- +2% de croissance volume,
- 260 000 tonnes vendues dont 135 000 tonnes produites en France,
- 1,8% du CA Barilla réalisé par les innovations sur les 3 dernières années (X2 vs 0,9% PGC),
- 130 M€ réalisé en e-commerce, soit +10% vs +6,3% PGC-FLS ;
- +80% d’investissements marketing en deux ans.

Barilla a confirmé son rôle de moteur de croissance sur plusieurs de ses catégories stratégiques :

Le Top Premium	Les sauces pour pâtes
Al Bronzo s’impose comme l’un des principaux moteurs du top premium : • 1er contributeur à la croissance volume du segment ; • Volume doublé en 1 an ; • N°3 du segment ; • PDM doublée en 2 ans, (PDM valeur : 16,01%, PDM volume : 17%)³ • + de 2,4 millions de consommateurs recrutés.	Déjà leader sur les pesti (48,7%), Barilla n’a jamais été aussi proche du leadership de la catégorie Sauces avec 23,7 pts PDM Val au total (+0,9 pt) Les pesti Barilla continuent de tirer le segment : • +20,3% en volume // +15,5% en valeur ; • 1er contributeur à la croissance de la catégorie ; • 1er recruteur du segment Pesto : +700 000 foyers recrutés, dont 420 000 recrutés par l’innovation Pesto Mozzarella lancée en 2025.

¹ Source NielsenIQ – HMSM Proxi e com SDMP CAD 28.12.25 / evol UC%

² Source NielsenIQ Scantrack CAM P1 2026

Une stratégie 2026 pour viser le leadership sur la catégorie des pâtes et des sauces

En 2026, Barilla maintient son cap ambitieux en accélérant la stratégie engagée depuis 2023 avec une ambition claire : viser le leadership sur ses catégories, tout en continuant à faire grandir le marché.

Pour y parvenir, Barilla va s'appuyer sur trois leviers :

1. **Recruter des nouveaux consommateurs** sur des catégories à fort potentiel,
2. **Développer de nouveaux usages** inspirés de la cuisine italienne,
3. **Proposer des produits de qualité** qui répondent aux besoins et aux tendances des consommateurs.

« Notre ambition est simple : viser le leadership sur toutes nos catégories, non pas en redistribuant les parts de marché existantes, mais en faisant grandir les segments grâce à l'innovation et aux investissements. Cette stratégie s'appuie sur une vision de long terme, tournée vers le futur. Elle nous permet ainsi de continuer à investir, innover et rendre la gastronomie italienne toujours plus accessible au quotidien. Cette ambition s'appuie sur la confiance que nous témoignent les consommateurs français depuis plus de 40 ans » explique Frédéric Bodereau, Président de Barilla Europe de l'Ouest.

Fidèle à son rôle d'ambassadeur de la gastronomie italienne et pour soutenir son ambition, Barilla déploie un plan d'innovations sur les pâtes, les sauces et sur son offre dédiée à la restauration professionnelle :

Barilla Pâtes – Stimuler la croissance de la catégorie en élargissant l'offre

Barilla Al Bronzo : un plan d'action ambitieux pour soutenir la croissance dans le Top Premium

- Barilla continue d'investir dans le segment Top Premium afin d'élargir sa base consommateurs et de renforcer sa présence sur l'un des segments les plus dynamiques du marché. Déjà premier contributeur à la croissance volume du Top Premium, Al Bronzo compte aujourd'hui 2,4 millions de foyers conquis³.
- Un plan d'action ambitieux : en 2026, Barilla enrichit la gamme avec deux nouvelles formes iconiques – Radiatori et Spaghetti Ondulati (Prix moyens conseillés 1,99€ / 500g) – et déploie un plan d'action d'envergure pour amplifier la visibilité d'Al Bronzo, en digital comme en magasin, pour soutenir sa croissance et installer durablement la marque comme une référence incontournable du segment.

Food Service : Le lancement le plus ambitieux depuis 20 ans

- Au-delà du retail, 2026 marque un tournant majeur pour la restauration avec le lancement de la gamme Al Bronzo sur le circuit food service. Conçues pour répondre aux exigences des cuisines professionnelles, les pâtes Al Bronzo garantissent une tenue parfaite et une texture al dente.
- La gamme se décline en huit formes de pâtes, disponibles en conditionnements de 1 kg et 3 kg à partir du mois d'avril.

³ Source Nielsen Total France FY 2025 ⁴

Source Nielsen HH CAM P2 2026

Barilla Collezione : Continuer à faire découvrir le meilleur de la gastronomie italienne aux Français :

- **Lasagne Rapide Collezione :** Barilla lance une nouvelle référence qui conjugue authenticité et praticité, en proposant l'un des plats préférés des Français dans un format prêt en 10 minutes de cuisson, adapté aux usages et besoins des consommateurs. Prix moyen conseillé 1,85 € / 400 g.
- **Gran Ruote :** En tant que partenaire officiel de la Formule 1, Barilla dévoile Gran Ruote, une édition limitée de pâtes en forme de roue, inspirée par l'univers des circuits. Cette nouvelle forme célèbre à la fois l'intensité du sport automobile et la convivialité d'un repas partagé en famille ou entre amis – l'essence même de la Domenica Italiana, un dimanche à l'italienne. Ce lancement sera également accompagné d'un vaste plan d'action en magasin pour soutenir sa visibilité. Prix moyen conseillé 1,99€ / 500 g.

Barilla Sauces – Investir tous les segments de la catégorie en diversifiant nos références

Sauces crudités Pesto Barilla : une première mondiale sur un segment à fort potentiel

- **Pour la première fois, Barilla lance en exclusivité pour le marché français une innovation hors sauces pour pâtes.** Barilla étend son savoir-faire historique sur le pesto vers un nouveau condiment : les sauces crudités pour réinventer l'assaisonnement des salades et légumes frais. L'objectif : installer le basilic comme un incontournable des sauces froides.
- Aujourd'hui, la catégorie des Sauces Salades représente 136 millions d'euros et touche près d'un français sur deux (44,3% de taux de pénétration). Avec ce lancement, Barilla veut insuffler une nouvelle dynamique à la catégorie en introduisant des innovations qui enrichissent l'expérience consommateur.
- **Avec ses deux recettes, Basilic et Nature avec Basilic,** Barilla propose un produit dans la continuité de la signature de la marque : une texture onctueuse, un basilic 100% italien et un équilibre aromatique. L'objectif est de transposer l'expérience du pesto à un moment de consommation différent. Prix moyen conseillé 2,15€ / 210ml.

Des innovations pour consolider la croissance

- **Vegan Rosso :** Après le lancement de Vegan Genovese, Barilla lance cette seconde icône du pesto en version vegan pour continuer à répondre aux attentes des consommateurs en proposant des produits en phase avec les besoins de chacun. Prix moyen conseillé 2,99€ / 200g.
- **Sauce Tomate Mozzarella :** En associant deux icônes emblématiques de la gastronomie italienne : des tomates 100% italiennes et de la Mozzarella, Barilla enrichit son portefeuille des sauces rouges avec cette nouveauté disponible en magasin à partir du mois d'avril. Prix moyen conseillé 2,49€ / 400g.

La diversification des formats de nos recettes à succès

- **Arrabbiata :** Après le succès de sa recette Arrabbiata 400g, Barilla la décline en format 200g pour s'adresser à des foyers plus petits mais tout aussi affinitaires. Prix moyen conseillé 1,45 € / 200g.

Lien vers les visuels : [ICI](#)

À propos – Le Groupe Barilla

Barilla est une entreprise familiale, non cotée en bourse, présidée par les frères Guido, Luca et Paolo Barilla. Aujourd'hui, Barilla est réputée en Italie et dans le monde pour l'excellence de ses produits alimentaires. Avec ses marques – Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stelle, Gran Cereale, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina and Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla, First, Catelli, Lancia, Splendor, Tolerant, Pasta Evangelists et Back to Nature – le groupe prône une alimentation saine et savoureuse, inspirée du régime méditerranéen et du mode de vie italien. Les 8 700 salariés œuvrent pour une même mission : offrir la joie d'une alimentation saine, produite avec des ingrédients sélectionnés avec soin et issus de filières d'approvisionnement responsables, pour contribuer à un présent et un avenir meilleur.

Les 145 ans d'histoire de l'entreprise et ses archives historiques sont accessibles à tous via le portail-musée www.archivistoricobarilla.com. Un témoignage du parcours d'une icône parmi les produits fabriqués en Italie et des mutations de la société italienne. Pour plus d'informations, visitez : www.barillagroup.com; Twitter: @barillagroup; LinkedIn: Barilla Group; Instagram: @barillapeople.