

MERCATO & IMPRESE

25^a
edizione
2026

OPINIONI E PROSPETTIVE DAL LARGO CONSUMO

SUPPLEMENTO AL N. 5 di Largo Consumo MAGGIO 2026 - ANNO XLIV - POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - DL 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N. 46) ART. 1, COMMA 1, DCC MILANO

I MERCATI
GROCERY

I FORMAT
DI SUCCESSO

IL RETAIL MEDIA

LA VISIONE
DELL'INDUSTRIA

LE STRATEGIE
DELLA GDO

**Largo
Consumo**

IL BLEND PERFETTO MESCOLO QUALITÀ E GIUSTO PREZZO

Gli italiani non rinunciano all'espresso: puntano sulla qualità dei grani e sulla praticità dei single serve, senza trascurare il prezzo e la sostenibilità degli imballi

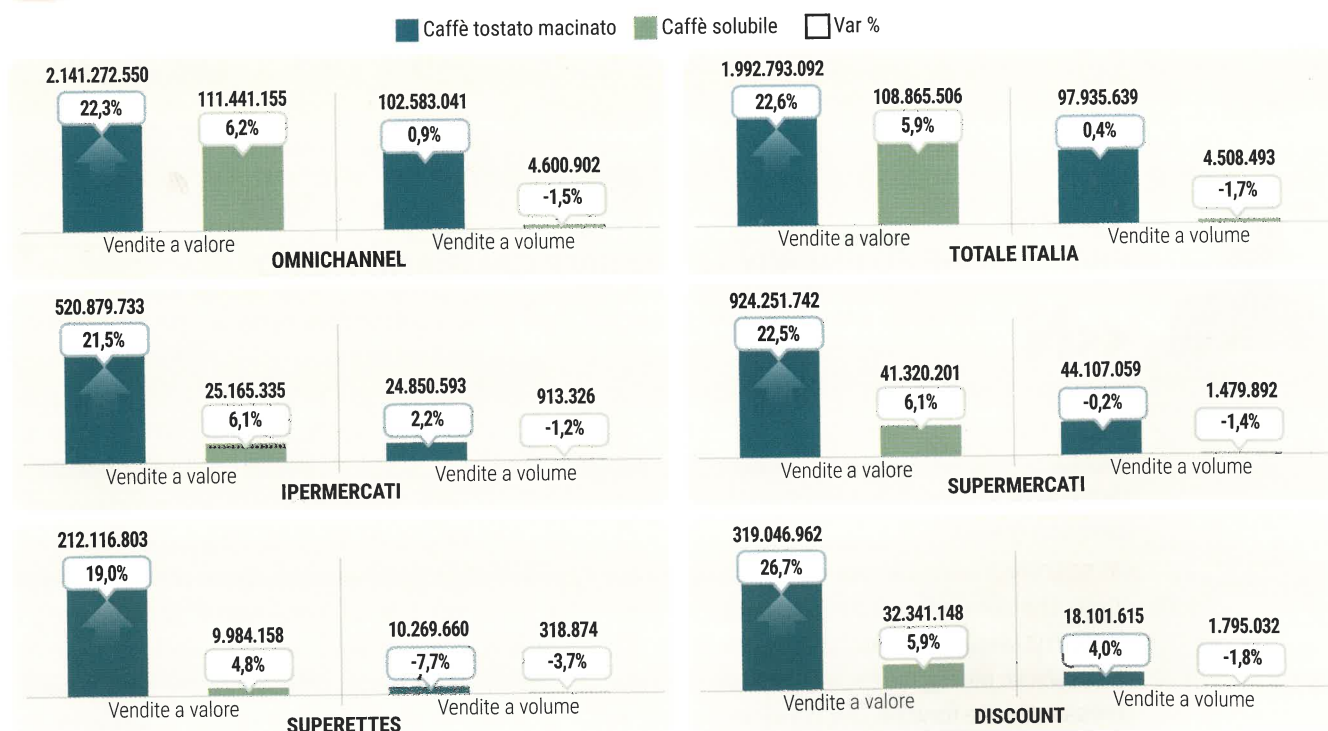
di Nicoletta Ferrini

l'inflazione non rende amaro il caffè. Anche quando il prezzo a scaffale è tutt'altro che leggero, il caffè in dispensa non manca mai. Gli italiani non sono infatti disposti a rinunciare al piacere del caffè nelle pause e nella convivialità. Ma deve essere un buon

caffè. Per questo selezionano con cura le miscele, prestando attenzione all'origine della materia prima, al blend, al sistema di tostatura. Anno dopo anno, i consumi nella categoria si concentrano inoltre su formati innovativi. Il classico maci-

nato da moka mantiene la quota più rilevante del mercato. Tuttavia i single serve e, in misura ridotta, i grani crescono nelle preferenze dei consumatori. Questa espansione è trainata dall'immissione sul mercato di macchine erogatrici a prezzi sempre più

Caffè: l'andamento delle vendite a valore e volume, per canale e categoria merceologica (a.t. 22 febbraio 2026, in euro, kg e var. % annua a parità di periodo)



Fonte: NielsenIQ

competitivi. Ma le ragioni che spingono in una direzione o nell'altra sono opposte: mentre per i single serve il driver di scelta è la funzionalità del formato, per quel che riguarda i grani vincono aroma e gusto.

Pack sostenibili e convenienza

L'innovazione nella categoria si esprime anche nella scelta di materiali per il confezionamento più sostenibili. Se negli anni passati era la capsula compostabile a prendere punti, oggi a spiccare sono quelle biodegradabili. Ma crescono anche gli acquisti di capsule in alluminio che, rispetto alla plastica, sono più facilmente riciclabili e garantiscono una migliore qualità. La cialda è il formato che meglio incontra tutte le esigenze, grazie all'utilizzo su ampia scala del filtro compostabile che sempre più spesso è venduto all'interno di una bustina

riciclabile nella carta. Se aroma e sapore sono spesso determinanti nelle scelte di consumo, di fronte allo scaffale si guarda però anche alla convenienza. Alla ricerca della migliore qualità al giusto prezzo, gli italiani e le italiane si concentrano meno sulla battuta complessiva dello scontrino

e di più sul costo della singola cialda o sul prezzo al chilo. Inoltre, non disdegnano gli acquisti di scorta. Per tutte queste ragioni, la spesa di caffè non avviene più solo nella Gdo ma anche nei negozi specializzati, che spesso ai primi fanno concorrenza vetrina contro vetrina.



Caffè solubile: prezzo medio, pressione promozionale e n° di referenze, per canale

(a.t. 22 febbraio 2026, in euro/kg, unità e %)

	Prezzo medio	Var. %	Pressione promozionale	Var. %	N° medio di referenze	Var. %
Totale Italia	€24,15	7,8%	10,8%	-1,1	5,9	-0,5
Ipermercati	€27,55	7,4%	16,6%	-1,5	19,1	-0,6
Supermercati	€27,92	7,7%	9,9%	-1,4	8,1	-0,3
Superettes	€31,31	8,8%	4,2%	-0,6	3,5	-1,2
Discount	€18,02	7,9%	9,6%	-0,5	4,8	-2,5

Fonte: NielsenIQ



Caffè tostato macinato: prezzo medio, pressione promozionale e n° di referenze, per canale

(a.t. 22 febbraio 2026, in euro/kg, unità e %)

	Prezzo medio	Var. %	Pressione promozionale	Var. %	N° medio di referenze	Var. %
Totale Italia	€20,35	22,1%	29,8%	0,3	46,7	0,7%
Ipermercati	€20,96	18,9%	40,1%	1,7	165,6	-0,8
Supermercati	€20,95	22,8%	31,9%	0,8	71,7	1,2%
Superettes	€20,65	28,9%	22,8%	-0,6	28,3	-0,4
Discount	€17,63	21,9%	12,4%	-2,2	30,7	-0,3

Fonte: NielsenIQ

I negozi specializzati sfidano la Gdo offrendo un'ampia varietà di formati



Francesco Ventura
Team leader
grocery
Maiora

MAIORA

IL CONSUMO DI CAFFÈ HA UNA CONNOTAZIONE TERRITORIALE

«Nel Centro-Sud Italia, area di riferimento di Maiora, le preferenze sono radicate e specifiche: in Calabria, Campania o Puglia i fornitori locali competono con i marchi leader nazionali. L'utilizzo della moka rimane un rituale di convivialità e tradizione, pur facendo spazio alle modalità di consumo offerte dalla diffusione delle macchine automatiche. La convenienza resta però un driver essenziale. Questo rafforza la marca del distributore. La nostra politica commerciale nella categoria dà grande risalto alla Mdd per comunicare convenienza, innovazione e coerenza con i valori dell'insegna. Grazie alle strategie messe in campo,

nel 2025 le vendite della Mdd nella categoria sono aumentate. Questa crescita ha modificato il peso dei singoli segmenti. La domanda si è spostata dal roast & ground al single serve, e ai formati scorta come veicolo di convenienza. Nella definizione dello scaffale, la priorità è garantire una lettura semplice e chiara. Abbiamo scelto di dare più spazio e visibilità all'Mdd, e ridotto l'assortimento del macinato. Nel segmento roast & ground, dopo gli importanti rincari, tendiamo a promuovere soprattutto i formati piccoli, mentre nel single serve l'offerta promozionale spesso include i formati scorta che uniscono qualità e convenienza».

Nella categoria la nostra private label è molto caratterizzante