

Conferenza Stampa

NIQ



CENTROMARCA

Associazione Italiana dell'Industria di Marca

60
anni

Crescere nel cambiamento

Stefano Cini - *Direttore Commerciale NIQ*

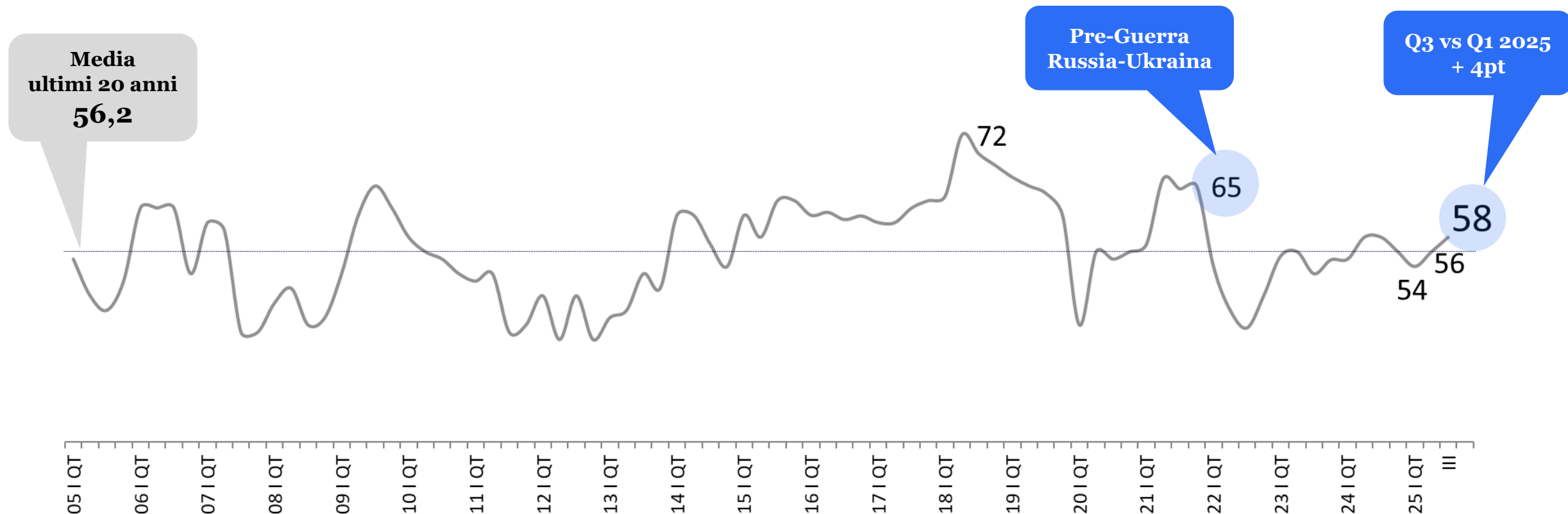
10 Dicembre 2025



La fiducia dei consumatori consolida segnali positivi

Permangono preoccupazioni economiche e incertezza sia sul presente che sul futuro

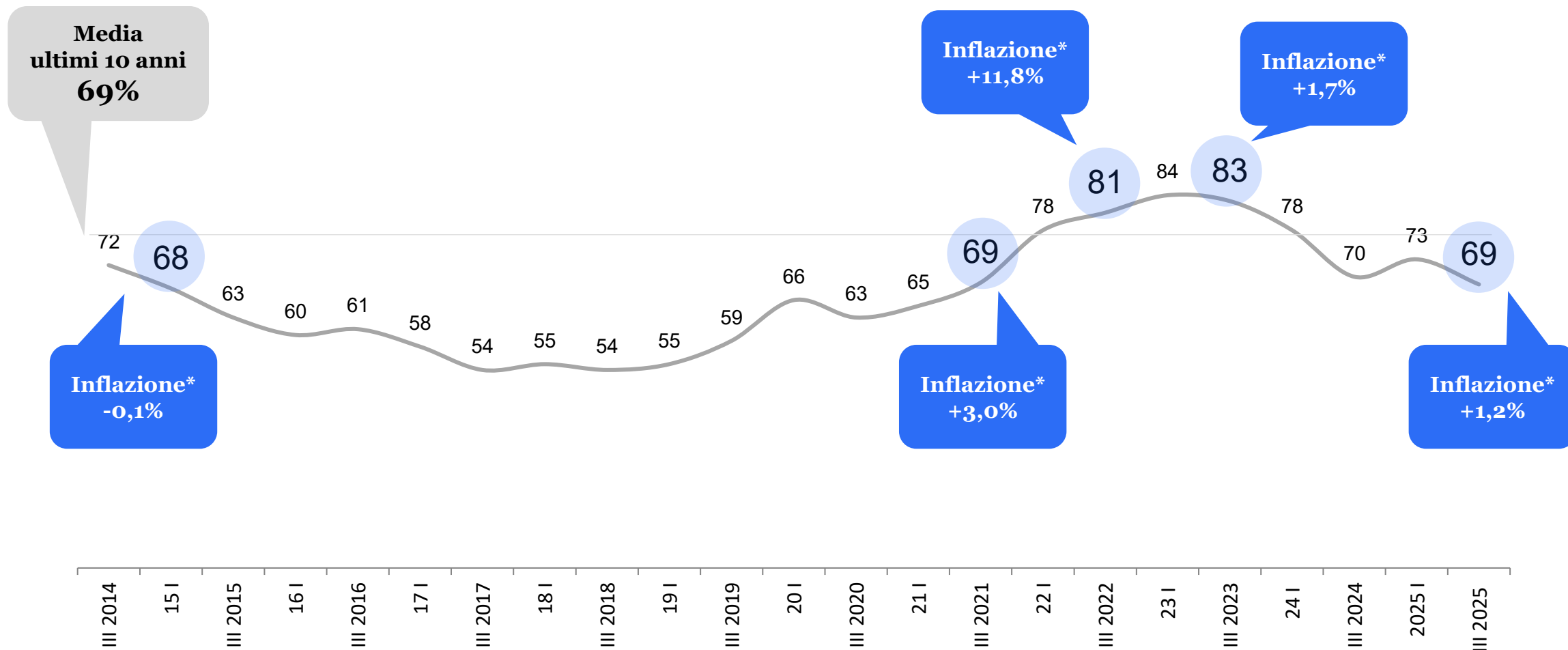
Indice delle Sensazioni del Consumatore (ICS*)



L'attenzione ai prezzi si allenta gradualmente

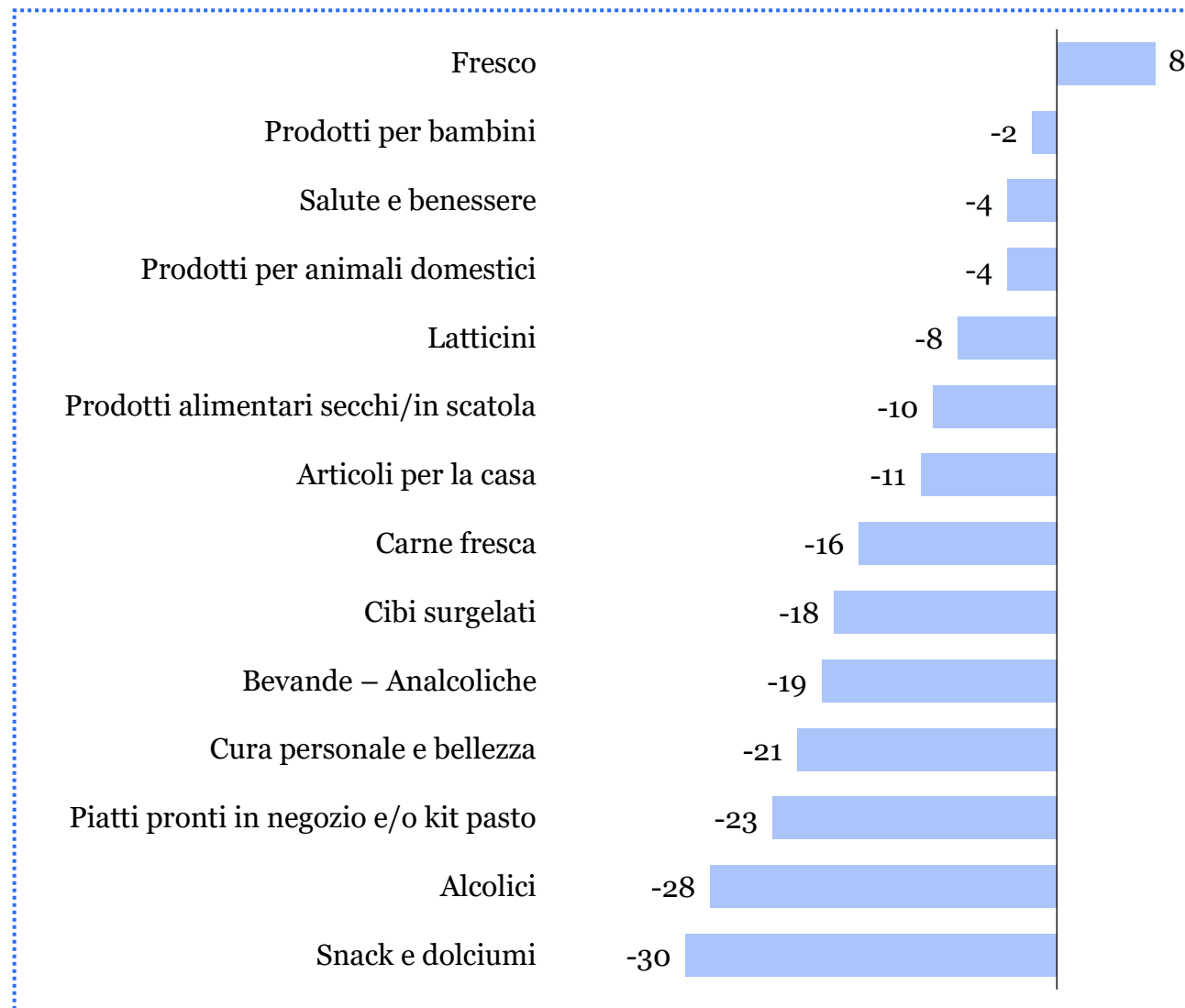
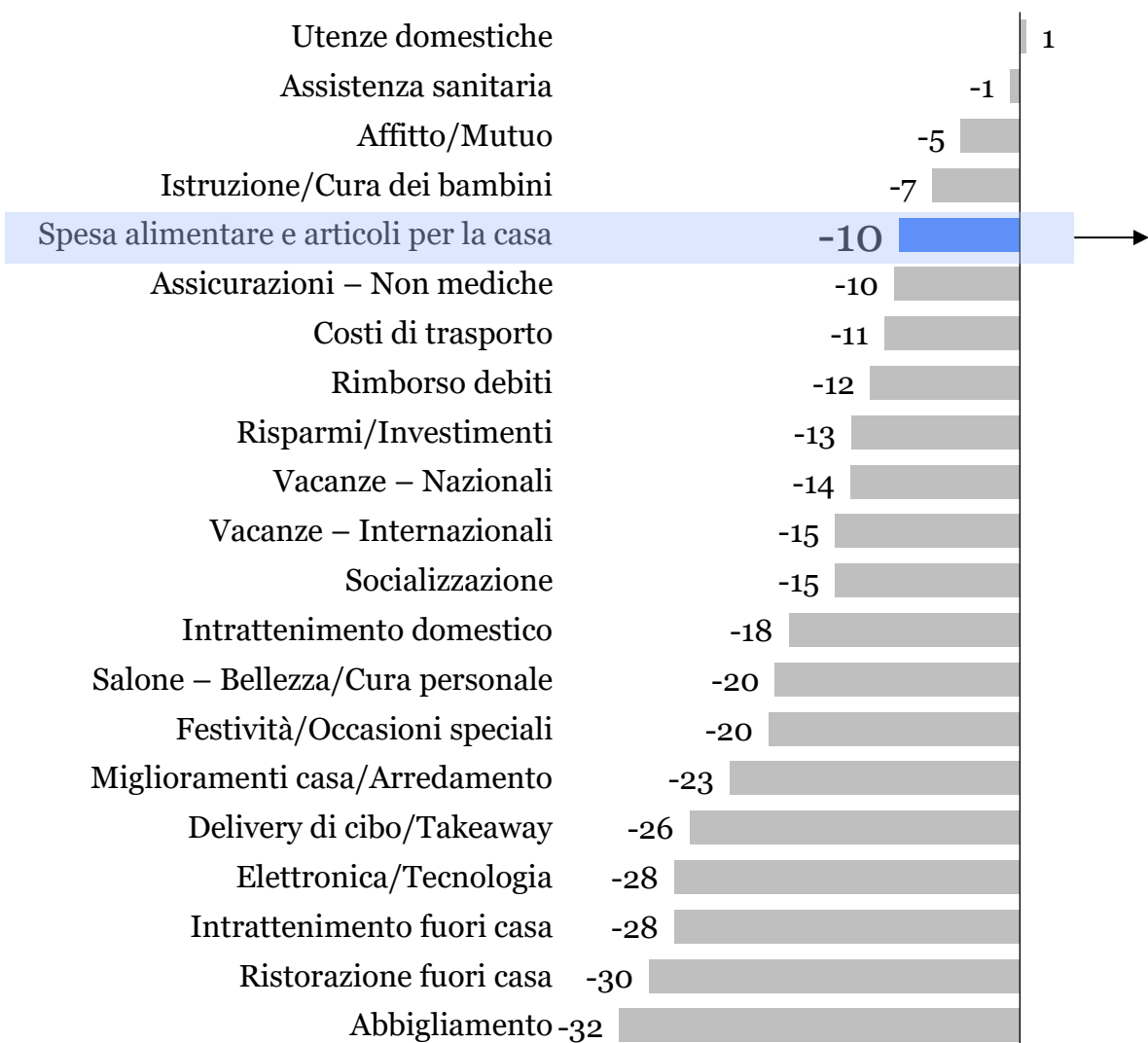
Siamo tuttavia ancora lontani dalla piena concessività

Livello di Attenzione* ai Prezzi dei Consumatori Italiani



Nel 2026 i consumatori daranno priorità alle spese essenziali

Utenze, salute, sanità, figli e spesa di tutti i giorni restano priorità assolute nei budget familiari

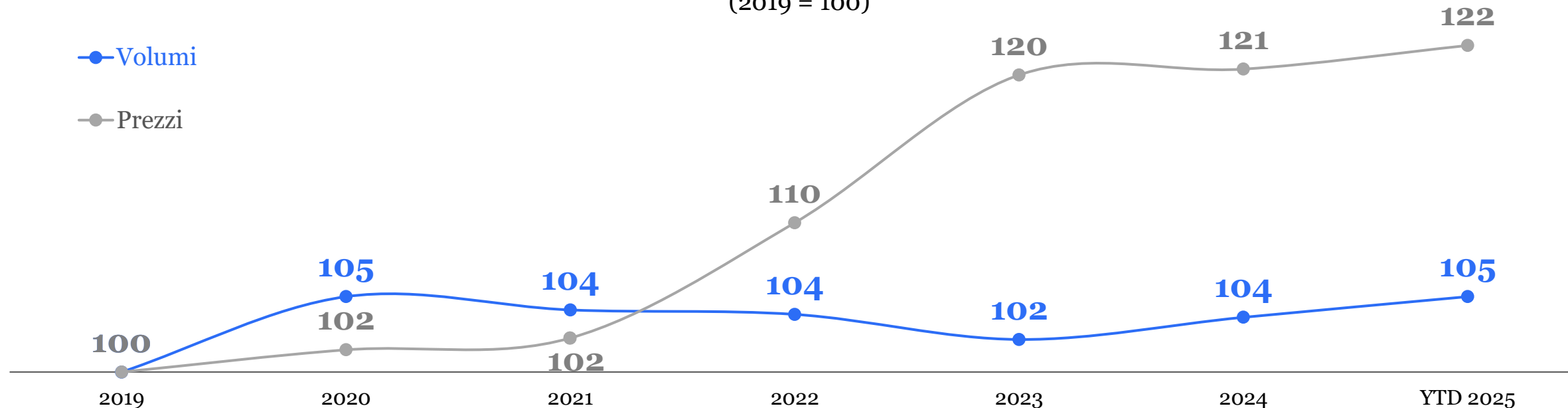


Continua la traiettoria di crescita del Largo Consumo

Negli ultimi 5 anni l'inflazione non ha fermato la crescita: il 2026 richiede azioni mirate

LCC - Totale Italia Omnichannel

(2019 = 100)



Fatturati Total Store

(incl. PV e No Food)

+3,5% + 1,9%
nel 2024

Valori LCC

+2,6% + 1,9%
nel 2024

Volumi LCC

+1,1% + 1,5%
nel 2024

Variazione Prezzi LCC

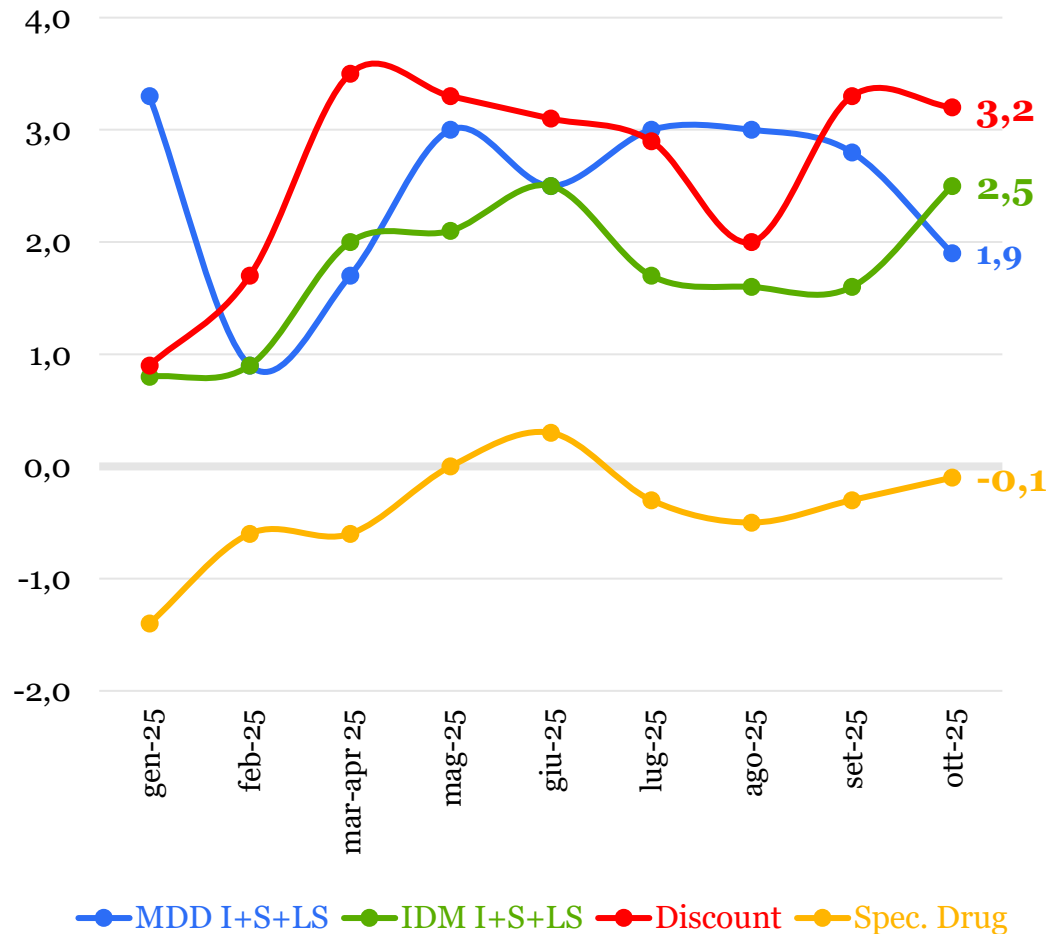
(inflazione + mix)

+1,5% + 0,4%
nel 2024

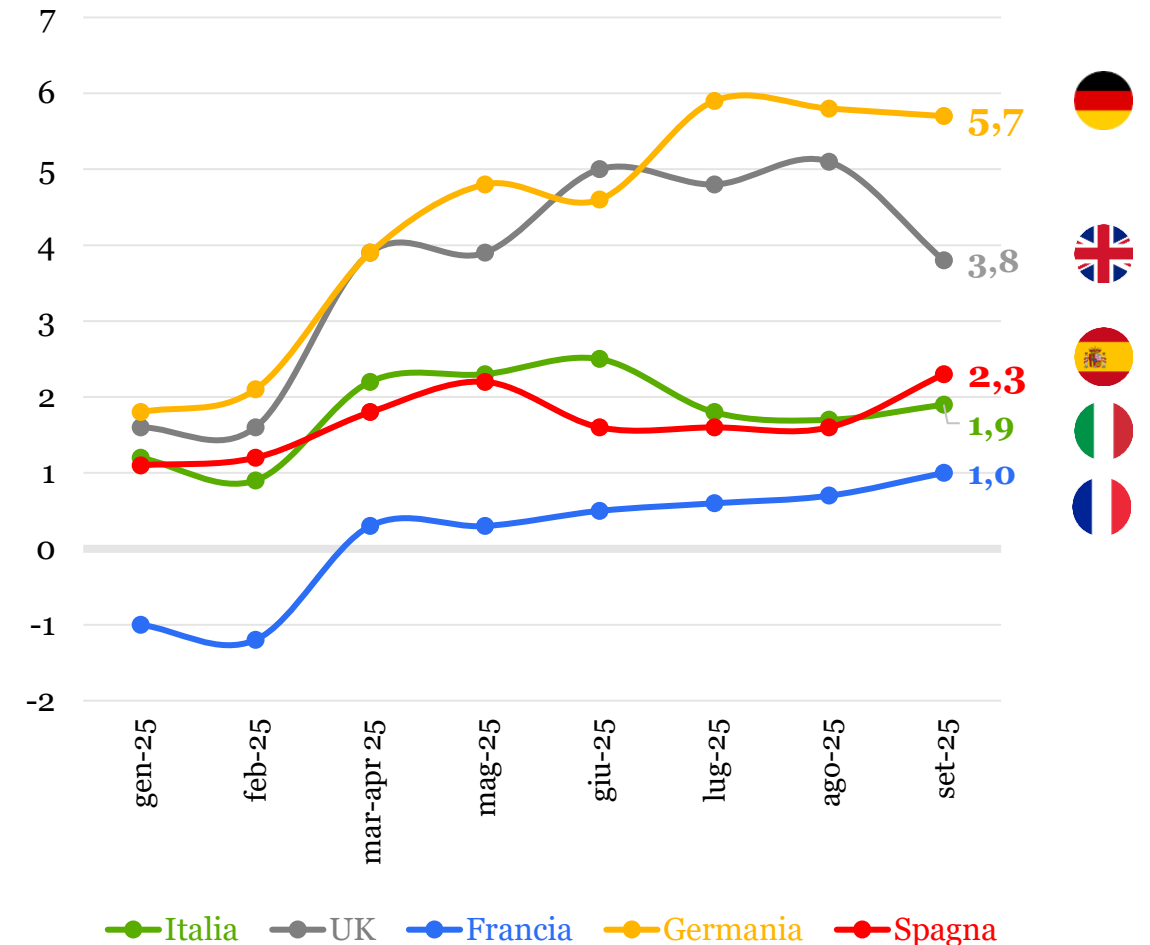
Dopo alcuni segnali di rialzo, si stabilizza l'inflazione

Resta una variabile da monitorare per proteggere il potere di acquisto e preservare il valore

Impatta su IDM e MDD, in tutti i canali...



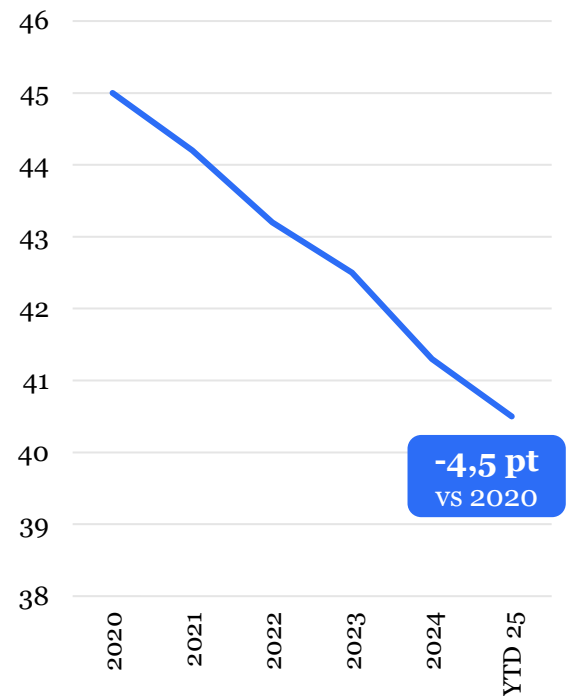
... e in tutta Europa



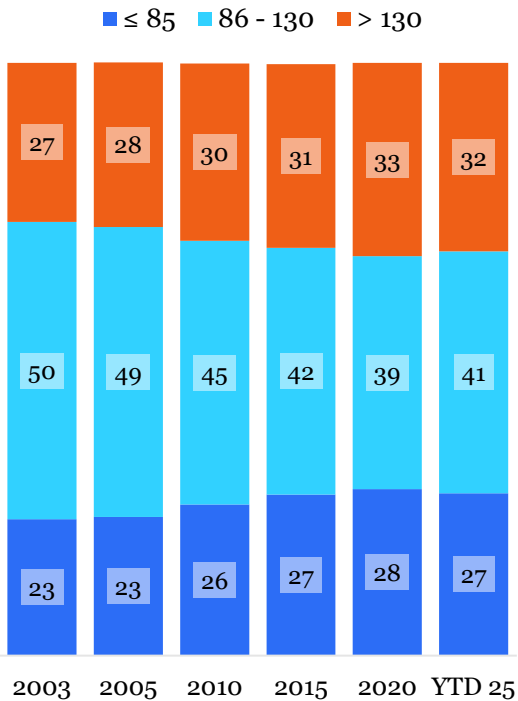
Gli assortimenti crescono, ma il consumatore seleziona

Nonostante la varietà, il consumatore ridisegna il carrello per bilanciare desideri e disponibilità

Evoluzione Quota Valore
Leader+Followers¹



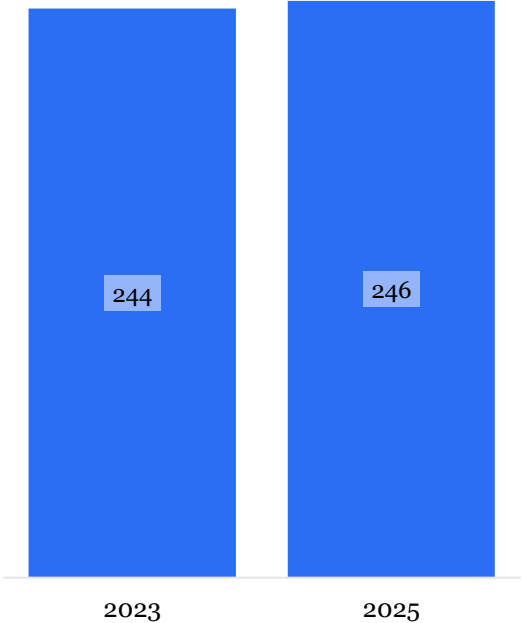
Distribuzione vendite
per fascia di Prezzo²



Numero medio di Referenze
vendute per Pdv



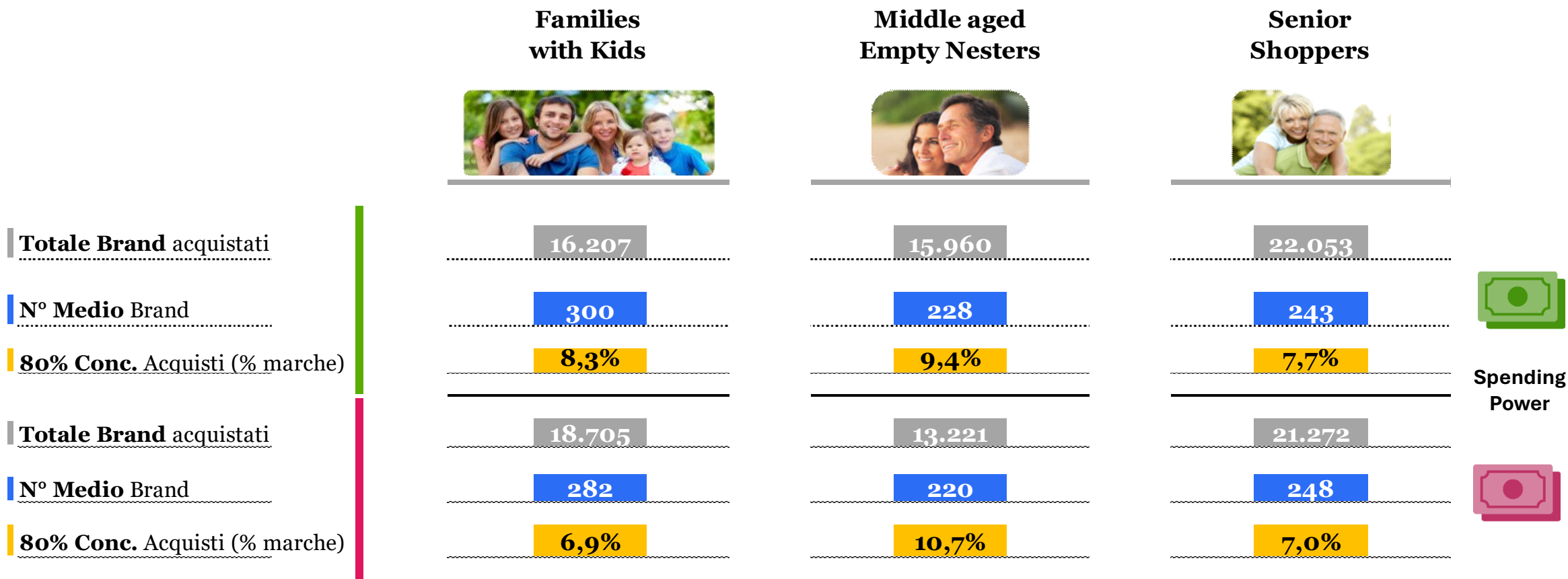
Numero medio di Brand acquistati
per famiglia³



Le famiglie italiane tra sperimentazione e fedeltà

Le famiglie con figli acquistano più brand ma i senior shopper scelgono fra un repertorio più vasto

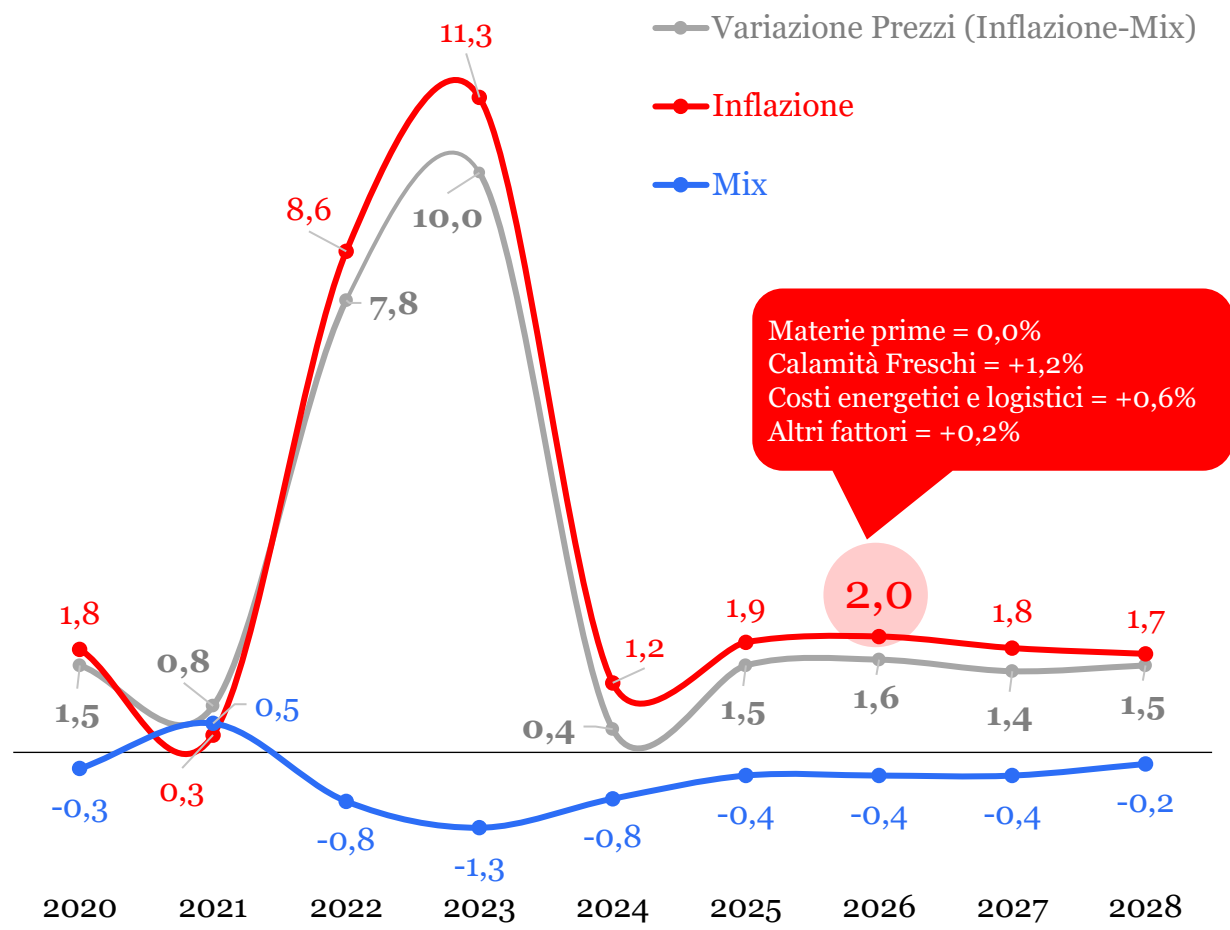
- **Profondità Repertorio d'acquisto** = Numero Totale di brand acquistati nel cluster (almeno 1 famiglia acquirente)
- **Numero Medio di brand** acquistati per famiglia
- **Concentrazione complessiva** = Marche che sviluppano l'80% degli acquisti del cluster (escluse MDD)



Inflazione 2026: previsioni moderate intorno al 2%

Nonostante le materie prime riducano la spinta inflattiva, i freschi e costi operativi mantengono la pressione

Evoluzione e Previsione dei Prezzi nel LCC



Voce	2026 *	2027
Inflazione Globale	3,6%	3,4%
Inflazione Area Euro	1,7%	1,9%
Cacao	Calo (≈ -3%)	Stabilità
Caffè	Ribasso (≈ -7% Robusta, -8% Arabica)	Stabilità
Cereali	Lieve recupero (+1%)	Stabilità
Latte	Prezzi stabili (≈ -4%)	Leggera crescita
Soia	Ribasso (≈ -7%)	Stabilità
Zucchero	Pressione al ribasso (surplus produttivo)	Stabilità

Vendite LCC 2026: continuità da sostenere

Dopo un H1 positivo e un H2 in equilibrio, le prospettive di crescita per il prossimo anno restano positive



Previsioni LCC (Tot. Italia Omnichannel)

Forecast 2025

1,1%

1,5%

+2,6%

Forecast 2026

1,0%

1,6%

+2,6%

■ Volumi

■ Prezzi

■ Valore

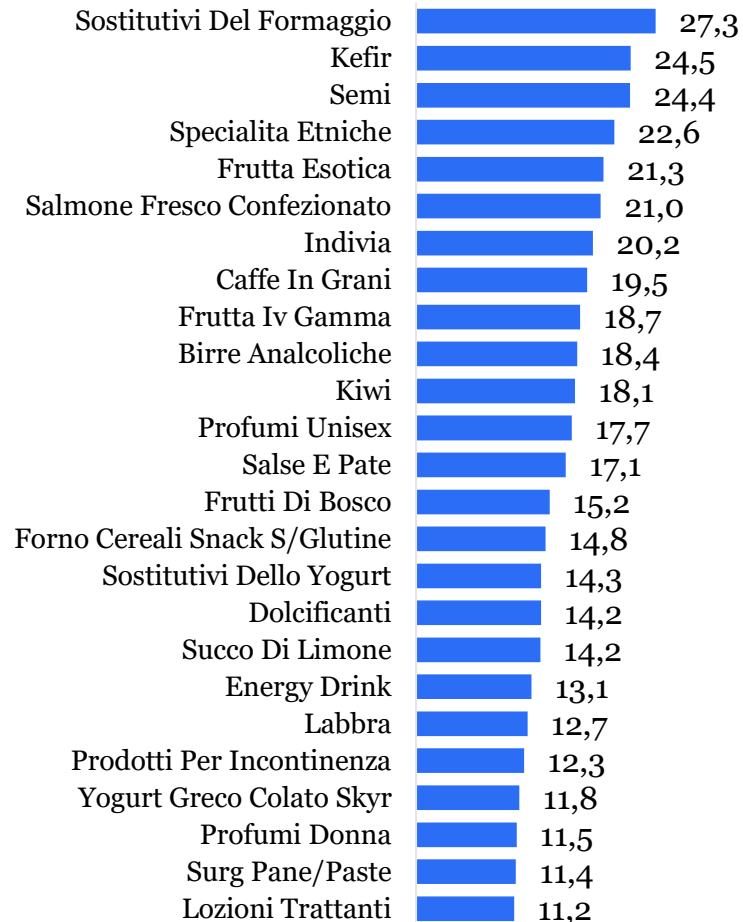
Trend 2026: benessere e gratificazione al centro delle scelte

Nel nuovo mix di spesa cresce l'attenzione verso una alimentazione sana e nuove esperienze nel home & beauty

Top Categorie per crescita %

Acquirenti

(Anno Terminante Ottobre 2025)



Top Categorie per crescita %

Frequenza di Acquisto

(Anno Terminante Ottobre 2025)

