

ItaliaOggi FOCUS

Migliore Insegna 2026, i consumatori scelgono i marchi

VI edizione della ricerca indipendente promossa da Largo Consumo

Oltre 8000 interviste e 118 insegne del retail nazionale, fisiche e digitali coinvolte per 27 categorie merceologiche: per il sesto anno consecutivo i consumatori hanno scelto i marchi della distribuzione considerati i migliori in assoluto. Anche quest'anno, infatti, **Largo Consumo** ha promosso la ricerca indipendente condotta da Ipsos Doxa attraverso la quale si misura annualmente la qualità del rapporto tra le insegne Retail e i loro clienti. Dalle «CX Forces», i fattori chiave della soddisfazione complessiva, alla qualità dell'offerta, dall'organizzazione e atmosfera dei negozi al servizio clienti, dalla professionalità del personale ai servizi di consegna e post-vendita fino alle politiche ESG, all'identità del brand e alla gestione dei canali informativi e digitali grazie ai risultati anonimi di interviste tra clienti di negozi fisici e online sono stati assegnati i riconoscimenti **Migliore Insegna 2026**.

Unica nel suo genere, per ampiezza e profondità di analisi, l'indagine è uno strumento dinamico e costantemente aggiornato, in grado di riflettere i continui cambiamenti del mercato restituendo una fotografia completa e comparativa del panorama distributivo italiano comprendendo insegne tradizionali, omnicanale e digitali.

«Con la sua sesta edizione, *Migliore Insegna* compie un ulteriore passo nella comprensione del rapporto tra i consumatori e le insegne del retail italiano» ha spiegato **Armando Garosci, Direttore di Largo Consumo**. «La ricerca si arricchisce di nuovi moduli e di un approccio sempre più esteso, che ci consente di leggere con maggiore profondità le attitudini di consumo e i segnali di cambiamento del mercato. È uno strumento di confronto prezioso e precompetitivo: aiuta le direzioni aziendali a valutare il posizionamento della propria insegna nel contesto competitivo, ma anche a cogliere le tendenze emergenti, spesso anticipatrici, che si manifestano in altri settori del retail. Per Largo Consumo è un onore essere il punto di riferimento scelto dalle insegne leader per condividere e valorizzare un patrimonio di conoscenza come *Migliore Insegna*: un progetto che incarna perfettamente la missione del nostro giornale, da oltre 55 anni impegnato nel promuovere un'informazione specializzata, indipendente e autorevole al servizio della cultura d'impresa.»

Nel corso delle edizioni *Migliore Insegna* si è evoluta progressivamente, diventando sempre più articolata e approfondita, raggiungendo una buona riconoscibilità tra i consumatori e consolidandosi come un riferimento di rilievo nel panorama del retail, capace di fornire una lettura oggettiva e comparativa del rapporto tra insegne commerciali e clienti. Grazie, infatti, ad una metodologia che prevede valutazioni anonime da parte dei consumatori, senza che le aziende sappiano di essere oggetto di analisi, l'indagine si pone in una posizione completamente super partes, garantendo la massima obiettività dei risultati.

L'edizione 2026 si è basata su un ampio campione di 8.000 interviste realizzate tra clienti di negozi fisici e online, condotte attraverso il metodo CAWI (5.000 interviste per il canale fisico + 3.000 per quello online) da cui sono emerse oltre 40.000 valutazioni totali da 34.000 reali esperienze d'acquisto relative a 118 insegne nazionali appartenenti a 27 categorie merceologiche. La ricerca propone un'analisi dettagliata e aggiornata del mercato, realizzata attraverso una solida indagine quantitativa su un campione rappresentativo della popolazione italiana tra i 18 e i 74 anni, selezionato per genere, età e area geografica, ed estratto casualmente dal panel proprietario di Ipsos Doxa, garantendo così un'accurata rappresentatività del target.

«Il panorama retail è cambiato: i consumatori di oggi non si accontentano più del miglior prezzo, vogliono esperienze autentiche, valori condivisi e un rapporto di fiducia con il brand - dichiara **Ipsos Doxa** -. *Migliore Insegna* nasce per decifrare questa nuova realtà. La nostra ricerca analizza cosa rende davvero vincente un'insegna agli occhi dei consumatori, andando oltre le metriche tradizionali per misurare identità e connessione emotiva, oltre che l'esperienza funzionale. Per le aziende, significa avere finalmente accesso alla voce autentica dei propri clienti. Per il mercato, rappresenta una guida strategica per trasformare ogni punto vendita in una destinazione desiderata. I risultati rivelano le best practice dei leader di settore, offrendo a tutti i retailer strumenti concreti per innovare e crescere in un mercato sempre più competitivo.»

Dalla sintesi dei risultati all'analisi dei sei settori



principali, l'indagine evidenzia trend emergenti, differenze generazionali e punti di forza che guidano le scelte d'acquisto. Tra le novità più significative c'è il confronto tra generazioni, che mostra come giovani e meno giovani percepiscano diversamente alcuni aspetti dell'esperienza di acquisto, offrendo una lettura più sfumata delle abitudini di consumo e approfondimenti su assortimento, comunicazione e sostenibilità.

IperCoop e Dr. Max Farmacie i vincitori assoluti di questa edizione

Assegnati, presso l'Enterprise Hotel, a Milano, i riconoscimenti per 27 categorie merceologiche e 6 riconoscimenti speciali, hanno premiato **IperCoop**, una delle principali catene italiane nel settore della grande distribuzione, come Vincitore Assoluto Migliore Insegna 2026 per il settore Food e **Dr. Max Farmacie** Vincitore Assoluto Migliore Insegna 2026 settore Non Food. Tra i numerosi riconoscimenti anche Geox per Calzature, Sephora per Profumerie, Eurospin per Discount, Roadhouse Restaurant per Ristorazione Servita, Salmoiraghi & Viganò per Ottica, Arcaplanet per Prodotti per Animali e Decathlon per Abbigliamento Sportivo e Tempo Libero. Questa edizione ha introdotto anche la qualifica **Elite**, che designa i retailer i cui indicatori sono migliori della media del loro mercato di riferimento.



Da sinistra IperCoop, vincitore assoluto Migliore Insegna 2026 settore food, a destra Dr. Max Farmacie, vincitore assoluto Migliore Insegna 2026 settore non food. Sotto tutti i vincitori nelle 27 categorie merceologiche sul palco