gdoweek.it
GDOWEEK

www.ecostampa.it

News Retail

Una squadra dietro ai vincitori di Insegna dell'anno 2025-'26

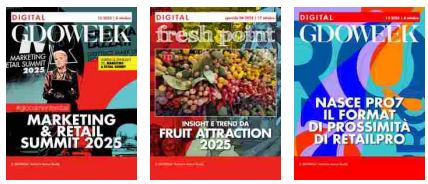
Di **Riccardo Nissotti** - 13 Novembre 2025

È il fattore umano a fare la differenza: lo dimostra l'importanza della squadra per le aziende vincitrici all'Insegna dell'Anno 2025-2026

La **squadra** è il tema dell'edizione 2025-2026 di **Insegna dell'Anno**, realizzata con l'apporto del main partner gruppo **Upm** di Modena. Un tema che nasce dal detto l'unione fa la forza e che è stato declinato

Edicola web

E-magazine



Italian Food Excellence

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

124667

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

nel claim “all’insegna del gioco di squadra – i 1000 volti del retail”, con l’obiettivo di riconoscere e valorizzare tutti i ruoli che compongono un’insegna.

“Il **fattore umano** è più che mai determinante -racconta **Beatrice Orlandini**, titolare di **Seic** – **Studio Orlandini** e responsabile del premio per l’Italia-. La **tecnologia** può fare molto, ma non potrà sostituirlo”.

- Vuoi sapere com'era andata l'anno scorso? Leggi qui

Hanno partecipato all’evento in qualità di partner **Coptip** e le associazioni **Confimprese**, **Gs1 Italy** e **Kiki Lab** – **Gruppo Promotica**. Nell’edizione appena conclusa Smart Eventi è stata partner e sponsor, mentre **Gdoweek** e **Mark Up**, del gruppo **Tecniche Nuove**, sono stati media partner.

Lidl è l’insegna dell’anno

Lidl riconquista dopo anni il titolo di insegna dell’anno. Non solo. Il discounter nato in Germania si aggiudica per la terza volta consecutiva il titolo di retailer dell’anno (l’insegna preferita dalla maggior parte dei votanti) e si conferma vincitrice nella categoria supermercati convenienti.

L’Erbolario, eccellenza online

Il premio assoluto di insegna dell’anno web va a **L’Erbolario**, azienda che opera nella cosmesi vegetale, ormai da anni sempre presente sul podio.

Sostenibilità: doppio riconoscimento a Coop e Ikea

Il premio sostenibilità è stato diviso in due sottocategorie: food e non food. **Coop** si aggiudica il premio sostenibilità food e **Ikea** conquista il premio sostenibilità non food. Per Coop la sostenibilità abbraccia molti aspetti dentro e fuori dalla cooperativa. Tema a cui sono particolarmente legati sono “close the gap” e “dire, fare, amare”, entrambi contro la violenza di genere. Felice anche per quanto realizzato con la Fondazione Cecchettin per cercare di individuare le donne vittime di maltrattamento, che conferma anche il ruolo sociale del retail.

Per Ikea la sostenibilità è un approccio sistemico parte della natura del retailer svedese, che va

DIGITAL MANAGER CLUB

Sei un digital manager? La tua impresa è impegnata nella Digital Transformation?

Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business

SCOPRI IL DIGITAL MANAGER CLUB

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
124667

gdoweek.it
GDOWEEK

www.ecostampa.it

dall'ambiente all'educazione dei consumatori con iniziative come quella del "circular hub" dedicata alla circolarità o rivendita dell'usato. Il progetto nato come test si è trasformato in un corner standard presente in ogni negozio, ora denominato l'angolo della circolarità.

Donne del retail al femminile premiano Cortilia

Il premio **Donne del retail al femminile 2025**, novità di quest'anno, assegnato da una giuria super partes, va a **Cortilia**, con una menzione d'onore a La Farmacia. "Con grande piacere -specifica Orlandini- abbiamo ospitato la prima edizione del Premio donne del retail al femminile, con l'augurio che sia la prima di molte".

I numeri dell'edizione

In questa edizione sono state espresse oltre 540.000 preferenze su 550 insegne, da un totale di oltre 335.000 consumatori.

Metodologia della scelta dei vincitori

Ai partecipanti viene chiesto di dare un voto da 1 a 5 su diversi aspetti, diversi per quanto riguarda il premio insegna dell'anno e insegna dell'anno web. I criteri vanno dal rapporto qualità/prezzo all'assortimento, senza trascurare accoglienza e competenza del personale instore, passando per facilità d'acquisto e aspetto, aggiungendo poi criteri tipici dell'online come la consegna.

In gara si trovano 27 categorie per insegna dell'anno Italia e 24 categorie per insegna web dell'anno Italia.

Vincitori Insegna dell'Anno per categoria

Original Marines	ABBIGLIAMENTO & PRODOTTI PER L'INFANZIA
Rinascimento	ABBIGLIAMENTO DONNA
Action	ARTICOLI PER LA CASA
Coccinelle	BORSE & ACCESSORI
Deichmann	CALZATURE
JT Nails Boutique	CURA DELLA PERSONA
Tigotà	DRUGSTORE
Media World	ELETTRODOMESTICI & ELETTRONICA
L'Erbolario	ERBORISTERIA & BENESSERE
CFadda Fai da te	FAI-DA-TE & MANUTENZIONE CASA
Toys Center	GIOCHI & GIOCATTOLI
Stroili	GIOIELLERIA & BIGIOTTERIA
Lovable	INTIMO & LINGERIE
Esselunga	IPERMERCATI & SUPERSTORE
Ikea	MOBILI & COMPLEMENTI ARREDO
Salmoiraghi & Viganò	OTTICA
L'Isola dei Tesori	PRODOTTI PER ANIMALI
Sabbioni	PROFUMERIE
Carglass	QUATTRO RUOTE
Doppio Malto	RISTORAZIONE SERVITA
McDonald's	RISTORAZIONE VELOCE
Decathlon	SPORT & OUTDOOR
Despar	SUPERMERCATI
Lidl	SUPERMERCATI CONVENIENTI
Euronics	TELEFONIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
124667