Nescafé Coffee Corner arriva nei convenience store italiani

bb9c036c-0d5b-449a-9238-91ab42505a6d

Il rito del caffè fuori casa non è solo al bar e si apre a luoghi e occasioni di consumo sempre più diversificati. Secondo una ricerca condotta da Data Essential nel 2025, il 36% dei consumatori italiani di bevande calde fuori casa dichiara di consumarle almeno occasionalmente anche nei **negozi alimentari di prossimità**. Alla ricerca di praticità si accompagna quella di qualità: tra gli elementi che gli italiani associano a un'esperienza premium nel consumo di bevande calde emergono la riconoscibilità del brand e la presenza di caffè Arabica, entrambi indicati dal 37% degli intervistati.

Come funziona

È proprio dall'incontro tra nuove abitudini di consumo, diversificazione dei luoghi e attenzione alla qualità che si aprono nuove opportunità per i convenience store, sempre più in grado di proporsi come una destinazione anche per la pausa caffè. È in questo scenario che si inserisce **Nescafé Coffee Corner**, il progetto con cui Nestlé Professional porta nei convenience store italiani una soluzione premium, modulare e completamente self-service, pensata per offrire un'esperienza di caffè di qualità professionale senza la necessità di personale dedicato. Una **soluzione plug & play**, semplice da implementare e adattabile alle esigenze del punto vendita, che combina caffè in grani macinato fresco al momento e un menu completo di bevande calde oltre al classico espresso, per intercettare occasioni e preferenze di consumo diverse.

Il funzionamento è semplice: il consumatore acquista il bicchiere alla cassa dello store, raggiunge il Coffee Corner, seleziona la bevanda e procede autonomamente con l'erogazione. Un'esperienza pensata per un **consumo on-the-go**, rapido e accessibile, che va oltre la tradizionale pausa espresso. Nestlé Professional affianca inoltre il retailer nella costruzione dell'offerta, mettendo a disposizione menu e consumabili - dai bicchieri in carta allo zucchero in bustina - per integrare il

Coffee Corner nell'esperienza complessiva del punto vendita.

Il progetto guarda alla trasformazione dei convenience store e alle nuove occasioni di consumo durante la giornata. In questo scenario, il **caffè può contribuire ad arricchire l'offerta**, accompagnare il food-to-go e ampliare i momenti di consumo, dalla colazione alle pause di metà mattina e del pomeriggio.

Le prime case history in Italia

Le prime esperienze italiane To.Market, CraiGO! ed Erbert sono tra le realtà che hanno già scelto di integrare Nescafé Coffee Corner nella propria offerta, interpretando il format in funzione delle caratteristiche dei rispettivi punti vendita e delle abitudini dei propri consumatori.

To.Market, urban convenience store rivolto a un pubblico cittadino e dinamico, propone il Coffee Corner come soluzione per una pausa caffè pratica e di qualità, in linea con i ritmi della vita urbana. Per **CraiGO!**, il convenience Coffee Corner si integra naturalmente nel modello di negozio, arricchendo l’offerta dedicata al consumo immediato e offrendo una nuova occasione di pausa e ristoro durante la giornata. **Erbert**, realtà attenta alla qualità della propria proposta food, ha scelto di valorizzare ulteriormente l'esperienza caffè attraverso Nescafé Brasile, un caffè monorigine 100% Arabica certificato Fairtrade.

Quote

Il caffè rappresenta una leva strategica per l'evoluzione dei convenience store. Con Nescafé Coffee Corner aiutiamo i retailer a trasformare la pausa caffè in un'opportunità di business: attrarre traffico, aumentare il valore dello scontrino e offrire ai consumatori un'esperienza premium e accessibile anche nei contesti più dinamici e urbani.

Paolo Pisano, Marketing Manager Nescafé & Starbucks and Trade Asset Manager presso Nestlé