



Segafredo rivoluziona la sua identità globale, al via il nuovo posizionamento "Take your shot"

Descrizione

(Adnkronos) " "

Segafredo annuncia un'evoluzione profonda della propria identità globale, ufficializzando il lancio del nuovo posizionamento "Take Your Shot". In un contesto globale segnato da ritmi frenetici e da una frammentazione delle scelte senza precedenti, infatti, il marchio ridefinisce il proprio ruolo: non più soltanto ambasciatore dell'espresso nel mondo, ma promotore di un approccio alla vita dinamico e consapevole. "Con "Take Your Shot" presentiamo un approccio che parla alla contemporaneità", ha dichiarato Fabio Felisi, amministratore delegato di Segafredo. "Vogliamo che Segafredo sia il partner di chi decide di mettersi in gioco ogni giorno. In una realtà che va sempre di fretta, la nostra missione è trasformare la tazzina di caffè in un innesco positivo, un propulsore che dia alle persone la carica necessaria per affrontare le sfide quotidiane con dinamismo", ha aggiunto.

Per tracciare la nuova rotta strategica, Segafredo ha voluto indagare a fondo le dinamiche della società moderna attraverso una ricerca condotta da AstraRicerche. I dati emersi delineano il profilo di un Paese ricco di aspirazioni ma spesso paralizzato dall'eccesso di stimoli: oltre 8 italiani su 10 (l'85,4%) ammettono di sapere esattamente cosa vorrebbero realizzare, ma di non riuscire a passare all'azione nell'immediato. Questa condizione porta il 41,8% dei cittadini a convivere con decisioni perennemente in sospeso, alimentando un senso di insoddisfazione e stress.

Sebbene i desideri legati al benessere (35,2%), ai viaggi (28,4%) o alla formazione (24,0%) restino spesso nel cassetto in attesa di un ipotetico "momento giusto" (29,2%), emerge una spinta vitale al cambiamento. Per gli italiani, infatti, la paura del rimpianto (68,2%) pesa oggi molto più del timore di fallire (31,8%): un segnale inequivocabile che il "non averci provato" è percepito come il vero errore da evitare attraverso l'azione consapevole.

In risposta a questa inerzia sociale, Segafredo presenta il "Take Your Shot Manifesto", un documento programmatico nato per dare voce e sostanza a una trasformazione che va ben oltre il rebranding. Il Manifesto si pone come una vera e propria bussola identitaria, concepita per scardinare

l'illusione della perfezione e la continua ricerca di condizioni ideali che diventano alibi del rinvio. Attraverso questo testo, il brand invita il proprio pubblico a colmare il divario tra intenzione e realtà, celebrando l'atto intenzionale di agire nel presente e rivendicando il valore del tentativo rispetto all'attesa. In questa nuova visione, il concetto stesso di "pausa caffè" subisce una metamorfosi semantica: non è più inteso come un momento di sospensione passiva o di semplice distacco dalla realtà, ma evolve in un rito attivo di preparazione mentale, dove la tazzina diventa un innesco per ripartire verso i propri obiettivi.

La trasformazione di Segafredo si rispecchia anche attraverso il lancio del nuovo sito globale, sviluppato insieme al partner tecnologico altermAlnd. Il progetto si spinge oltre il concetto di portale tradizionale, definendo un vero e proprio ecosistema digitale in cui la narrazione del brand, contenuti ed e-commerce sono integrati per offrire all'utente finale un'esperienza unica e più fluida. Elemento centrale di questa evoluzione è l'integrazione dell'Agente Ai Tysh, un coffee advisor progettato per colmare la distanza sensoriale tipica del digitale. L'assistente virtuale non si limita a informare, ma interpreta le preferenze dell'utente per guidarlo attivamente verso una scelta consapevole, traducendo le caratteristiche aromatiche in suggerimenti personalizzati. Grazie a questa architettura scalabile e centrata sull'utente, altermAlnd e Segafredo ridefiniscono la relazione con il consumatore, rendendo l'esperienza online sempre più vicina alla ricchezza del mondo reale.

Il nuovo percorso di Segafredo si inserisce coerentemente nella visione globale di Massimo Zanetti Beverage Group dove, sotto la direzione dell'ad Tosato, si sta consolidando la creazione di un vero gruppo multinazionale capace di eccellere su scala mondiale. Mzbg, infatti, ha chiuso il 2025 con risultati record, raggiungendo un fatturato di circa 1,3 miliardi di euro, con Segafredo protagonista di una crescita a doppia cifra sul mercato italiano. Parallelamente, prosegue il potenziamento industriale con l'integrazione di On Coffee Factory, hub d'eccellenza dedicato al segmento single serve. L'operazione punta a portare il rituale dell'espresso Segafredo nelle case di tutto il mondo, con l'obiettivo di raggiungere una capacità produttiva di 800 milioni di capsule annue entro il prossimo quinquennio. Un assetto che consolida la forza di un marchio già presente in 110 Paesi, con oltre 43 milioni di tazze servite ogni giorno.

???

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 23, 2026
Autore
redazione

default watermark