



A PASQUA VINCE LA TRADIZIONE: LA COLOMBA RESTA LA REGINA

In vista della Pasqua, Coop Alleanza 3.0 osserva e racconta le abitudini di acquisto di soci e consumatori, offrendo una fotografia dettagliata delle preferenze tra colombe e uova.

Nel corso dell'ultimo anno sono state vendute oltre 700mila colombe e quasi 1,4 milioni di uova di Pasqua.

Con l'avvicinarsi della Pasqua, in calendario il 5 aprile, Coop Alleanza 3.0 racconta i trend di acquisto dei soci e consumatori inerenti a **colombe e uova** dall'osservatorio dei suoi **350 negozi ubicati da Trieste a Lecce**, passando per la via Emilia scendendo lungo la dorsale adriatica, e **EasyCoop**, il servizio di spesa online offerto dalla Cooperativa.

Gli highlights del 2025 rilevati da Coop Alleanza 3.0 e la fotografia di EasyCoop

Nei negozi della Cooperativa, nel 2025 sono stati acquistati **prodotti alimentari attinenti alla Pasqua** pari complessivamente a **oltre 2,7 milioni di pezzi**, di cui **più di 700mila colombe** e **quasi 1,4 milioni di uova di Pasqua** e **860mila pezzi** dei cosiddetti **"soggetti festività"** ovvero prevalentemente **ovetti e praline**.

Nel 2025 clienti di **EasyCoop**, il servizio di spesa online offerto dalla Cooperativa, per quanto concerne le colombe e le uova pasquali, si sono orientati quasi **30% dei casi verso il prodotto a marchio Coop**. Per quanto concerne le colombe pasquali nei carrelli virtuali **ha prevalso la colomba classica Fior Fiore Coop**. Nella scelta delle uova pasquali i clienti di EasyCoop si sono orientati verso **quelle di cioccolato al latte**. Una nota interessante è che gli ordini pasquali del 2025 sono stati effettuati per la **maggior parte attraverso App – nel 61% dei casi – e 11% degli ordini è stata consegnata presso i locker**, segno di un'abitudine che inizia a farsi sempre più strada nei consumatori.

Colomba tradizionale: la più amata dai consumatori

Nei negozi della Cooperativa lo scorso anno sono state acquistate complessivamente **più di 700mila colombe di cui oltre 300mila a marchio Coop**. Dalla fotografia di Coop Alleanza 3.0 risulta che **la regina delle colombe** per i soci e i consumatori è quella **tradizionale con 286mila pezzi venduti**, di cui **140mila a marchio Coop**. La scelta del prodotto a marchio Coop nella metà dei casi è segno di fiducia dei clienti, verso un prodotto che riesce a racchiudere qualità, sicurezza e convenienza.

La medaglia d'argento la conquista la colomba nella versione farcita/ricoperta con quasi **260mila pezzi** acquistati di cui **71mila a marchio Coop**. Il terzo gradino del podio con **110mila pezzi**, di cui ben **72mila a marchio Coop**, è occupato dalla **colomba senza canditi**. Una nicchia sostanziosa è quella delle **colombe mini** che, con i loro 100 grammi di bontà, sono finite con oltre **46 mila pezzi** nei carrelli di soci e consumatori. I clienti che hanno preferito **la colomba senza glutine – 8.200 i pezzi venduti lo scorso anno –** si sono affidati la metà delle volte al marchio Coop che può contare quasi **5mila colombe senza glutine acquistate**.

Dai bambini agli adulti: l'uovo di Pasqua mette tutti d'accordo

Nella fotografia di Coop Alleanza 3.0 non poteva mancare l'uovo di Pasqua, uno dei prodotti dolci più rappresentativi della festività. Nel 2025 sono stati acquistati **quasi 1,4 milioni di uova di Pasqua**, di cui **830mila dedicate ai bimbi** e **530mila delle linee dedicate agli adulti**. In un settore in cui operano molti brand storici dell'industria dolciaria, le linee Coop non sfigurano: **un uovo ogni dieci è a marchio Coop**, con l'uovo della linea **Gli Spesotti** preferito nel **50% dei casi** da chi ha scelto di acquistare un uovo di Pasqua Coop.

Per le uova con sorprese **dedicate ai bambini trionfano le uova di cioccolato al latte con ben 454mila pezzi sui complessivi 830 mila per i più piccoli**. Le uova **"bigusto"** (ad esempio cioccolato-caramello o cioccolato-pistacchio) si piazzano in seconda posizione con **356mila articoli venduti**. La sorpresa di Pasqua è stata trovata dai più piccoli anche in uova di **cioccolato bianco** di cui sono stati venduti oltre **16mila pezzi**.



I gusti degli adulti in tema di cioccolato delle uova pasquali oscillano tra cioccolato fondente e al latte. Il preferito, sia pure di poche unità, è **quello fondente** con **192mila pezzi** sui complessivi oltre **530mila** a loro dedicati. Il secondo gradino del podio è riservato alle **uova di cioccolato al latte** con **182mila pezzi** finiti nei carrelli di Coop Alleanza 3.0, mentre la medaglia di bronzo va alle uova **“bigusto”** con **121mila pezzi** acquistati.

Pasqua formato mini: ovetti e praline i più scelti

A uova con sorpresa e colombe si aggiungono i cosiddetti **“soggetti festività”** di cui sono stati venduti **860mila pezzi** e che contraddistinguono le scelte dei soci e dei consumatori. L'articolo preferito sono gli **ovetti** e le **praline di cioccolato** in confezioni di vari formati, di cui sono stati acquistati oltre **653mila pezzi** e di cui i più venduti sono quelli di un noto marchio con denominazione tedesca di un gruppo italiano.

Bologna, 31 marzo 2026

Per informazioni:

Ufficio stampa Coop Alleanza 3.0

ufficio.stampa@alleanza3-0.coop.it

Vittorio Morisco 335 1226703

Francesco Reggiani 328 1662569



[@coopalleanza](https://twitter.com/coopalleanza)



[@coopalleanza30](https://facebook.com/coopalleanza30)



[coopalleanza_30](https://instagram.com/coopalleanza_30)



[@coopalleanza3.0](https://linkedin.com/company/coopalleanza3.0)



[@coopalleanza_30](https://tiktok.com/@coopalleanza_30)