ASSOCIAZIONE
NAZIONALE
COOPERATIVE
DI CONSUMATORI

00161 Roma - Via A. Guattani, 9
Telefono 06 441811
Fax 06 44181251
ufficio.stampa@ancc.coop.it - www.e-coop.it

UFFICIO STAMPA

Clima, ambiente e sostenibilità, sono queste le tre parole che per gli italiani caratterizzeranno il 2020, sulla scia dei nuovi valori imposti dai ragazzi della Generazione Greta al resto della società italiana. Anche (ma non solo) a questi valori è improntato quel bisogno sempre più pressante di "cambiamento" espresso dagli italiani (dal 14% del 2016 al 19% di oggi) tanto da scalzare per la prima volta dal top della classifica la mera "speranza" di un miglioramento. Un "cambiamento" necessario per uscire dallo scenario asfittico e immobile dell'Italia di oggi, stando alla fotografia scattata con il sondaggio di fine anno Coop-Nomisma e le previsioni 2020 del "Rapporto Coop" ora in versione completa dopo l'anteprima digitale di settembre.
Non ripartono infatti i consumi degli italiani che anche nel 2020 faranno registrare una crescita stimata di circa mezzo punto percentuale in un quadro di accelerazione del Pil altrettanto contenuta, comunque troppo modesta per generare impatti sulla vita quotidiana. Questo immobilismo spinge gli italiani a immaginare di dare un senso diverso alla propria vita dedicando più attenzioni a sè e all'ambiente che li circonda.
E' così che questa voglia di cambiare provoca contraccolpi sulla mobilità (è su quella green che investiranno di più), sulla tavola (il cibo è uno degli ambiti in cui gli italiani intendono destinare maggiori risorse, facendo scelte che penalizzano il junk food e per la prima volta anche i piatti pronti) e si riverbera anche in una nuova modalità di partecipazione. Gli italiani scelgono di spendersi in prima persona nelle occasioni ludiche (concerti etc) ma anche nelle piazze: il 20% ha già manifestato nel 2019 e vorrà farlo ugualmente nel 2020. A dare questa ventata di energia nuova Mezzogiorno e Centro Italia e un po' ovunque gli under 35 determinati a trascinare con la loro volontà il Paese fuori dalla risacca.

Prigionieri del presente, gli italiani vogliono cambiare- Ostaggi di una economia che non assicura lavoro e redditi soddisfacenti, preoccupati per l'immigrazione, i rischi climatici e la fragilità del quadro istituzionale e politico gli italiani sono stanchi di limitarsi a sperare in un anno migliore (la "speranza" non è più al primo posto degli eventi che si aspettano nell'anno che verrà e dimezza in 5 anni il suo indice di gradimento) e anzi guardano ai prossimi 12 mesi con propositi di cambiamento soprattutto nella sfera personale: il "cambiamento" passa dal 14% delle citazioni del 2016 al 19% del 2020. Agganciati al "cambiamento" ruotano 3 termini che caratterizzeranno il 2020 degli italiani, sdoganati dalla Generazione Greta e divenuti veri e propri nuovi valori trasversali a ceti e generazioni: clima, ambiente e sostenibilità al top della classifica redatta con il sondaggio di fine anno Coop-Nomisma e le previsioni 2020 del "Rapporto Coop" ora in versione completa dopo l'anteprima digitale di settembre. Gli italiani infatti sognano (anche se sanno di non poterlo fare) di "cambiare vita" (35%), e "cambiare lavoro" (27%), o addirittura "trasferirsi all'estero" (31%) o "andare in pensione" (44% del campione). Ma è scorrendo la lista dei "Si lo farò " che viene fuori la voglia di rimettersi in gioco facendo partire il cambiamento in primo luogo dalle proprie vite per poi generare effetti benefici anche nel mondo che li circonda. Gli italiani nel 2020 sono infatti determinati a dedicarsi alla cura. Di se stessi almeno per quel 68% che lo indica come prima cosa da fare nei prossimi 12 mesi. Poi c'è l'ambiente con il 65% che userà meno plastica, il 64% intenzionato a sprecare di meno, il 63% a camminare di più a piedi. D'altronde un po'

ovunque se si parla di mobilità è quella green a crescere (tra le prime volte di consumi/acquisti fanno la loro comparsa per il 7% degli italiani i servizi di sharing, per il 6% i monopattini elettrici e per il 2% la bicicletta).
Torna poi al quinto posto delle cose da fare ritagliarsi più spazio per se stessi (62%) e far valere di più i propri diritti (60%). Dopo se stessi arrivano gli altri. Frequentare di più gli amici è un obiettivo nel 2020 per un italiano su 2, il volontariato conquista un suo spazio (lo indica il 26%) e compare una rinnovata voglia di socializzazione fisica degli italiani. Quanti immaginano un minore utilizzo di web e social network superano (di poco) per la prima volta quelli che prevedono di esserne più assidui. Cresce, al contrario, la partecipazione ad eventi pubblici (manifestazioni, spettacoli, eventi sportivi, concerti) e gli italiani si dichiarano anche più votati alle battaglie comuni scendendo in piazza: il 20% ha già manifestato nel 2019 e vorrà farlo ugualmente nel 2020.

La calma piatta dell'economia, ad eccezione del Sud e degli under 35- Il cambiamento dunque come la molla che spinge a guardare avanti, malgrado uno scenario –quello italiano- da calma piatta di cui gli italiani sembrano essere estremamente consapevoli. Se si guarda alla voce "grandi cambiamenti che potrebbero verificarsi nel corso del 2020" per il nuovo anno la grande maggioranza degli italiani vorrebbe finalmente una crescita economica più robusta (85%), ma sa anche che non potrà essere così. Il 60% teme invece che lo spread torni ad impennarsi. Approvata la manovra di bilancio che ha fortunatamente scongiurato le clausole Iva, le prospettive per il 2020 sono di una lievissima accelerazione della crescita, che si attesterebbe su un ritmo prossimo (se non inferiore) al mezzo punto percentuale. I consumi, anche grazie al reddito di cittadinanza e alle attese misure sul cuneo fiscale potrebbero lievemente sovraperformare l'andamento del prodotto interno lordo, ma rimarrebbero comunque ampiamente inferiori al punto percentuale (la stima si attesta su un +0,4%). Si tratta, quindi, di una prospettiva di modestissima ripresa che rimane soggetta ai rischi di deterioramento incombenti sul quadro globale e, probabilmente, non avrà impatti percettibili sulla vita quotidiana degli italiani. La maggior parte dei quali prevede comunque di spendere di più nel nuovo anno. Al top delle spese obbligate e in aumento le bollette, il carburante e le spese per il trasporto e per i servizi sanitari. Oltre a quelle obbligate mantengono saldi positivi anche le spese per l'alimentazione, per i viaggi e ancora la cura personale.
Le tinte fosche dello scenario del Paese si ravvivano qua e là dell'energia di un Meridione e un Centro che, insieme agli under 35, sono determinati a rincorrere il Nord e trascinare il Paese fuori dalla risacca, almeno stando alla loro volontà. Al Sud per esempio crescono tutti gli elementi di quegli stili alimentari che si sono ormai già affermati al Nord. La spesa per il cibo della tradizione è prevista in crescita per il 38% dei residenti del Mezzogiorno (34% in media nazionale). I prodotti bio salutistici per il 29% (vs 26%), gli integrali 31% (vs 29%) e anche i superfood 22% (vs 19%). Sono sempre gli under 35 coloro che in modo più numeroso contano nel 2020 di spendere di più per cibo e bevande (23% vs 19% media nazionale), abbigliamento e calzature (24% vs 18%), ristoranti e locali (23% vs 17%), viaggi e vacanze (36% vs 27%), tecnologia (33% vs 28%) e così via.

Il cibo del 2020 tra salutismo e tradizione- Anche grazie all'esplosione dell'egrocery e del meal delivery le previsioni di spesa alimentare degli italiani sono molto positive per i consumi domestici (+12% il saldo tra chi intende aumentarla e chi vuole diminuirla) e sono invece leggermente negative per quelle extradomestiche (-3%).
Non è un caso che il meal delivery sia in testa alla classifica dei consumi che saranno effettuati per la prima volta dagli italiani e che l'aumento sia a due cifre soprattutto tra i più giovani.
Più in generale, nelle scelte di consumo alimentare degli italiani per il 2020, si afferma un nuovo connubio tra la continua attenzione ad una alimentazione salutare e di qualità e un nuovo ritorno alla tradizione (sono questi i prodotti a cui pensano di destinare maggiori risorse il 30% degli italiani). Sia in casa che nei consumi outdoor la maggioranza degli italiani immagina di lasciarsi guidare dalla tradizione e dalla naturalità facendo scelte che penalizzano il junk food (la spesa nei fast food scenderà secondo il 22% degli italiani), la carne rossa e per la prima volta anche i piatti

pronti (in calo entrambi secondo il 20% degli italiani). Vincono ancora i prodotti integrali, i cereali alternativi, le carni bianche e i legumi, meglio se biologici. Sebbene in crescita, evidenziano invece saldi meno pronunciati i prodotti che avevano segnato gli stili alimentari emergenti alcuni anni fa. Per i prodotti etnici, vegani, gluten e lactose free la quota di coloro che prevedono di far crescere la spesa supera di poco quanti intendono ridurla.

Le vendite della Gdo nel 2020- Il 2019 si appresta a chiudere con un trend di crescita del fatturato vicino al +1,5% grazie all'inversione di tendenza al Sud (+0,9% rispetto al -0,6% del 2018) e al ritorno in terreno positivo delle vendite per i prodotti freschi a peso variabile (+1,6%, dopo la brusca frenata di oltre 3 punti registrata nel 2018).
Nel 2020 la grande distribuzione dovrebbe ancora giovarsi di una favorevole canalizzazione dei consumi e dovrebbe sovraperformare il mercato totale. Alla fine del 2019, infatti, lo sviluppo della rete di vendita in metri quadri è stato di circa 3,5 punti percentuali per i discount e di circa mezzo punto per i supermercati e analoghi tassi di sviluppo sono prevedibili anche nel corso del 2020. Per gli iper, il previsto calo della rete di vendita (-0,6% a fine 2019) dovrebbe essere compensato, così come accaduto già nel 2019, da un più positivo andamento a parità di rete degli altri negozi. Nelle dinamiche evolutive nel 2020 si segnala anche un lieve rialzo dei prezzi (+1%) a fronte di circa un mezzo punto registrato nel 2019. Per la distribuzione moderna, quindi, il 2020 si conferma un anno positivo, con previsioni di crescita dell'1,4%, senza, peraltro, tenere conto della spinta del canale e-commerce: gli acquisti alimentari on line nel 2019 si sono, infatti, rivelati particolarmente brillanti (+26% rispetto al 2018, con una quota sul totale *grocery* prossimo al 2,5%) e continueranno presumibilmente a rafforzarsi nel 2020, con una ulteriore crescita prevista del 30% che contribuirà a rafforzare ulteriormente le dinamiche positive della distribuzione moderna.

Roma, 3 gennaio 2020

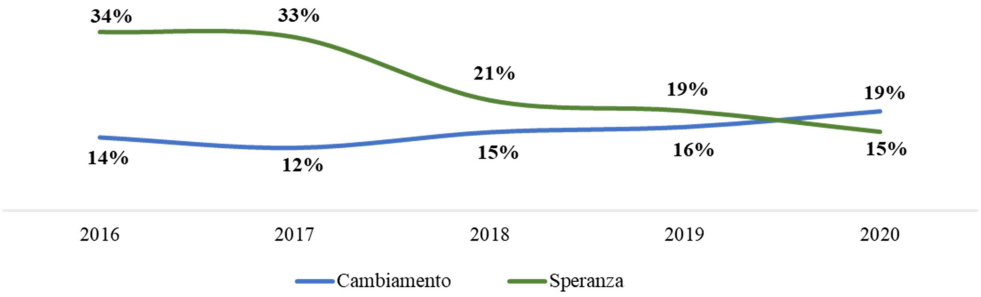
Per informazioni:
Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop
Tel. 06 441811 – 335 7884168 – silvia.mastagni@ancc.coop.it

INDAGINE ITALIANI.COOP – NOMISMA

1000 interviste su popolazione – metodologia Cawi -27novembre/5 dicembre 2018

Gli eventi dell'anno che verrà: cambiamento vs speranza

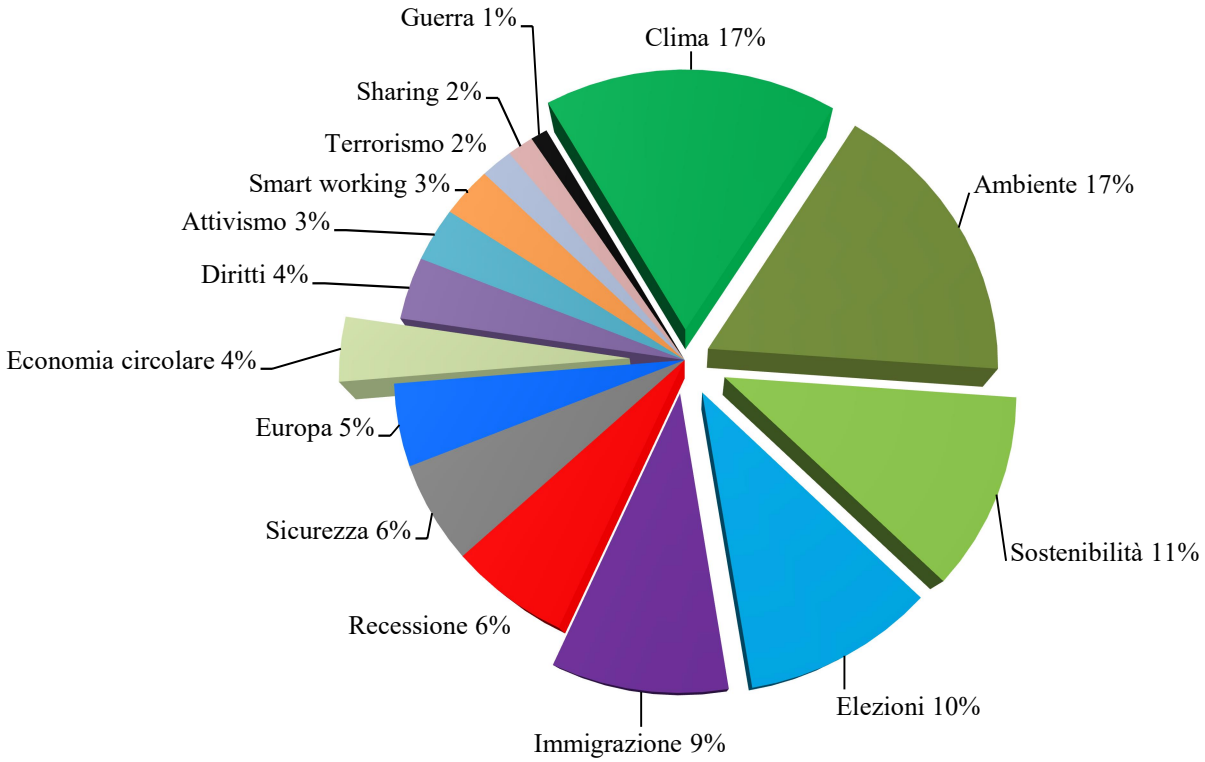
(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

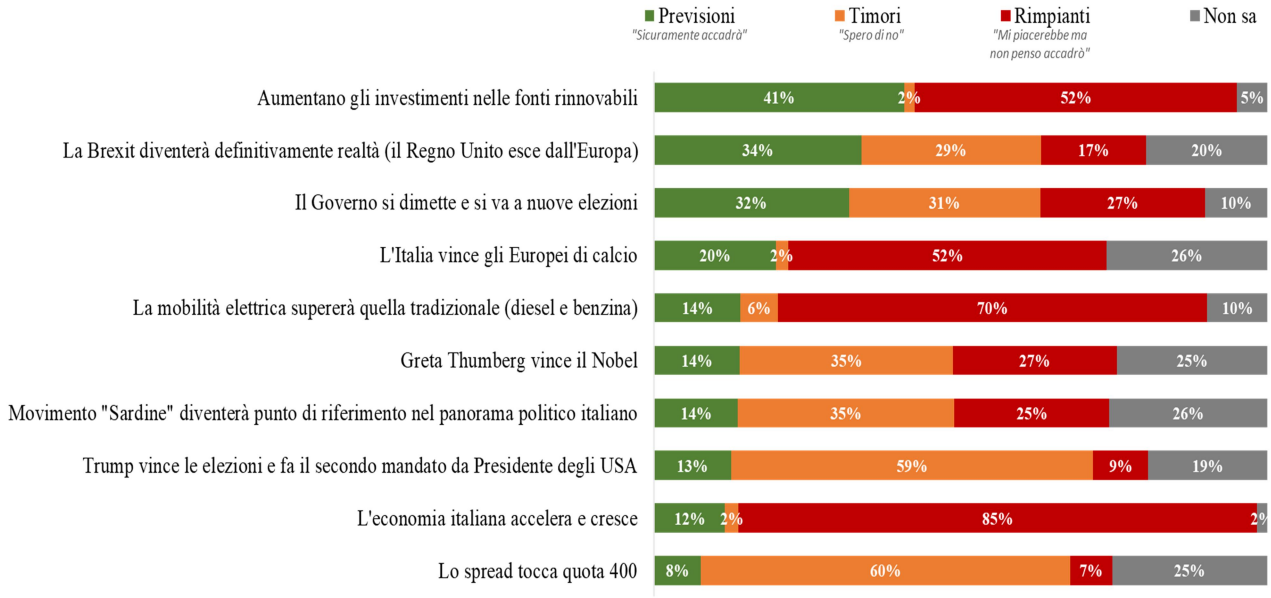
Secondo lei quali saranno invece le parole che caratterizzeranno il 2020?

(%, Totale Campione, prima citazione)



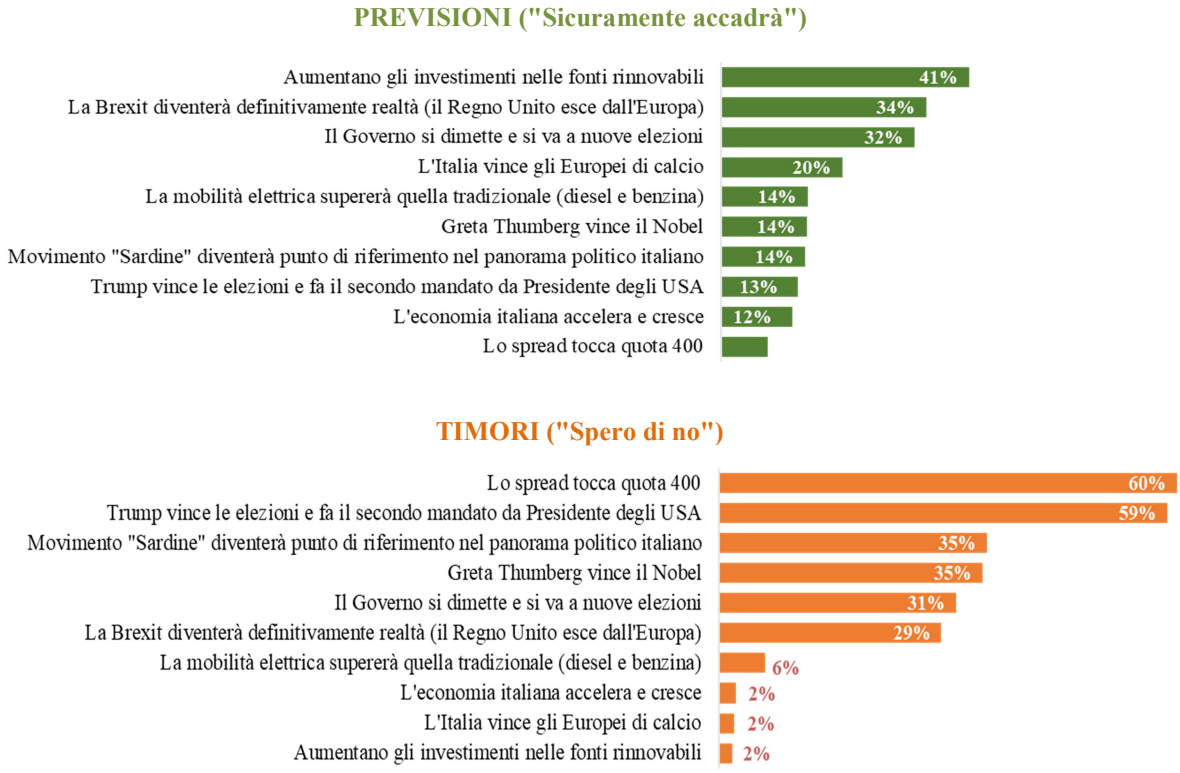
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Cosa accadrà nel 2020 … a livello nazionale/globale
(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop - Nomisma

Cosa accadrà nel 2020 … a livello nazionale/globale
(%, Totale Campione)



Cosa accadrà nel 2020 … a livello nazionale/globale (SEGUE)

(%, Totale Campione)

RIMPIANTI ("Mi piacerebbe ma non penso accadrà")

Fonte: Indagine "Wish List" Italiani.Coop - Nomisma

Cosa accadrà nel 2020 … a livello personale

(TOP10, %, Totale Campione)

SOGNI ("Mi piacerebbe, ma non lo farò")

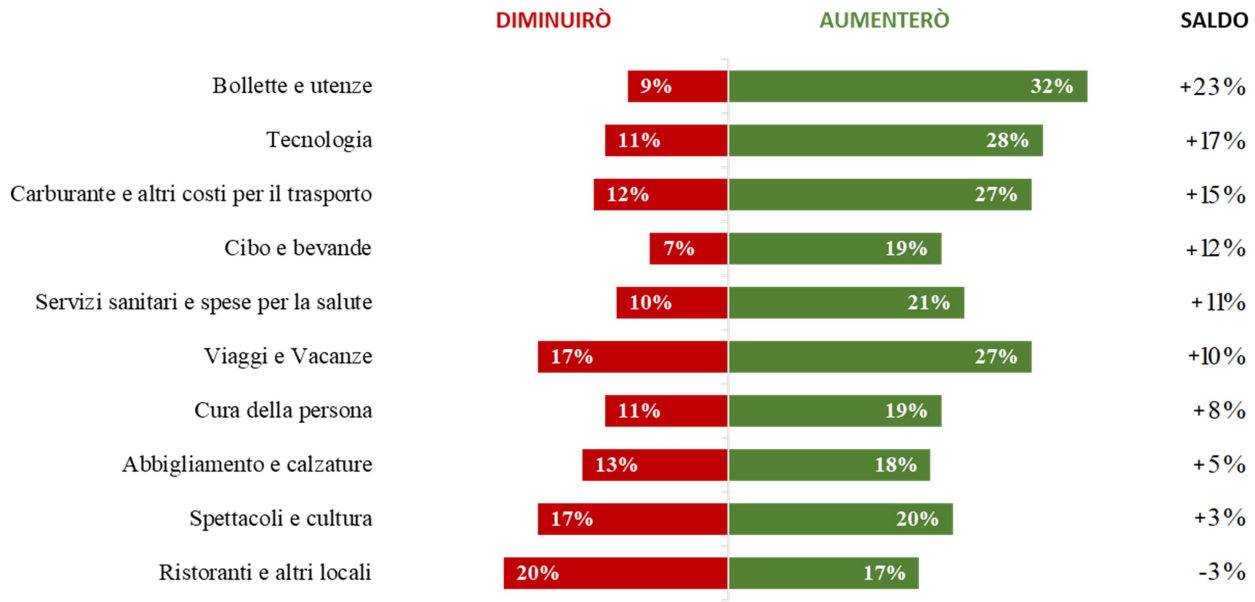
	%
Andare in pensione	**44%**
Comprare un'auto elettrica	**44%**
Rendere domotica la propria casa	**35%**
Cambiare vita	**35%**
Comprare l'auto	**35%**
Usare meno l'auto	**32%**
Trasferirmi all'estero	**31%**
Fare volontariato	**29%**
Prendere un animale domestico	**28%**
Cambiare lavoro	**27%**

PROGETTI ("Lo Farò")

	%
Prendersi maggiormente cura di sè	**68%**
Usare meno plastica	**65%**
Sprecare di meno	**64%**
Camminare di più a piedi	**63%**
Ritagliarsi più spazi per sè	**62%**
Far valere i propri diritti	**60%**
Uscire di più con gli amici	**50%**
Imparare a dire più spesso di no	**45%**
Mettersi a dieta	**36%**
Usare bici, monopattino, altri dispositivi di mobilità "dolce"	**30%**

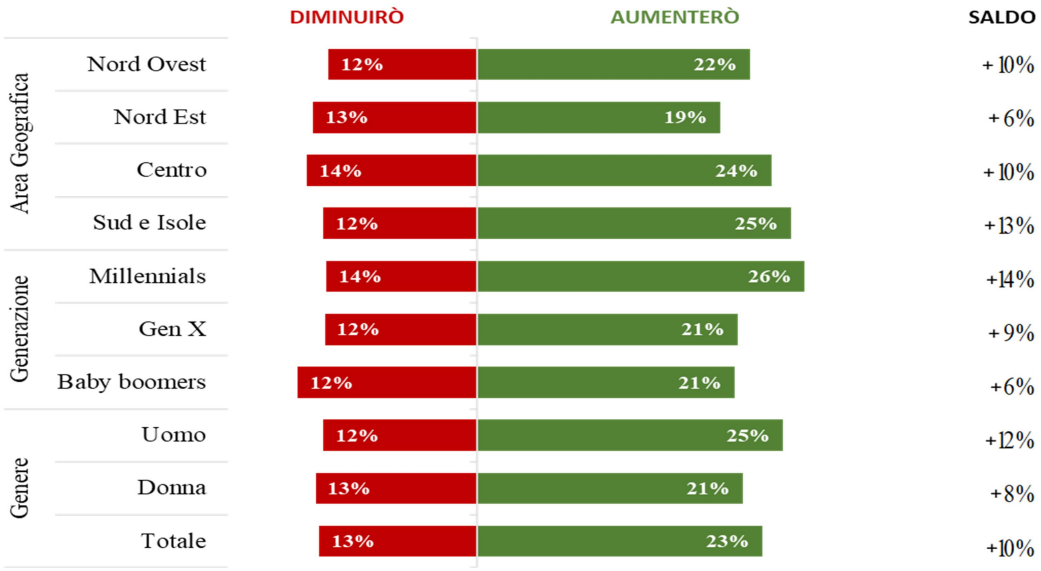
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop - Nomisma

Rispetto al 2019, prevede che nel 2020 la sua spesa per ciascuna categoria sarà....
(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop - Nomisma

Rispetto al 2019, prevede che nel 2020 la sua spesa per ciascuna categoria sarà....
(%, MEDIA COMPLESSIVA, Totale Campione)



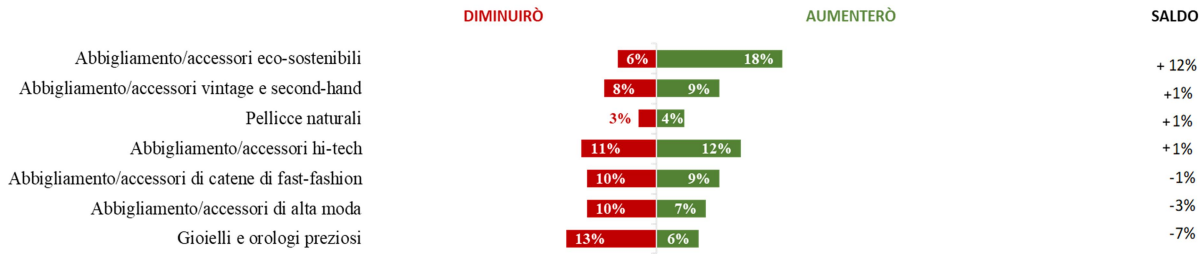
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop - Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….
NEOFITI ("Consumerò/Acquisterò/Farò/Frequenterò per la prima volta")
(Top10, %, Totale Campione)

Ambito	Attività	%
TEMPO LIBERO	Spa e centri benessere	**8%**
MOBILITA' QUOTIDIANA	Servizi di sharing	**7%**
TEMPO LIBERO	Volontariato	**6%**
MOBILITA' QUOTIDIANA	Monopattini elettrici	**6%**
MODA	Abbigliamento/accessori eco-sostenibili	**6%**
TEMPO LIBERO	Fare sport	**5%**
TEMPO LIBERO	Attività sportiva	**4%**
SPETTACOLI E CULTURA	Teatro	**4%**
TEMPO LIBERO	Beneficenza	**3%**
MODA	Abbigliamento/accessori hi-tech	**3%**

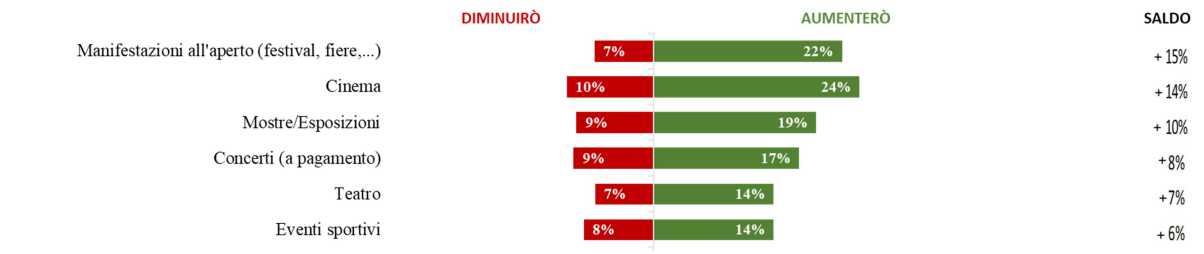
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop - Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Moda
(%, Totale Campione)



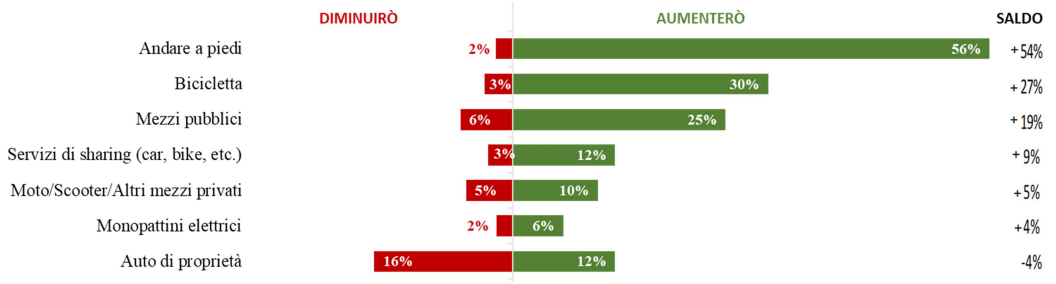
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Spettacolo e cultura
(%, Totale Campione)



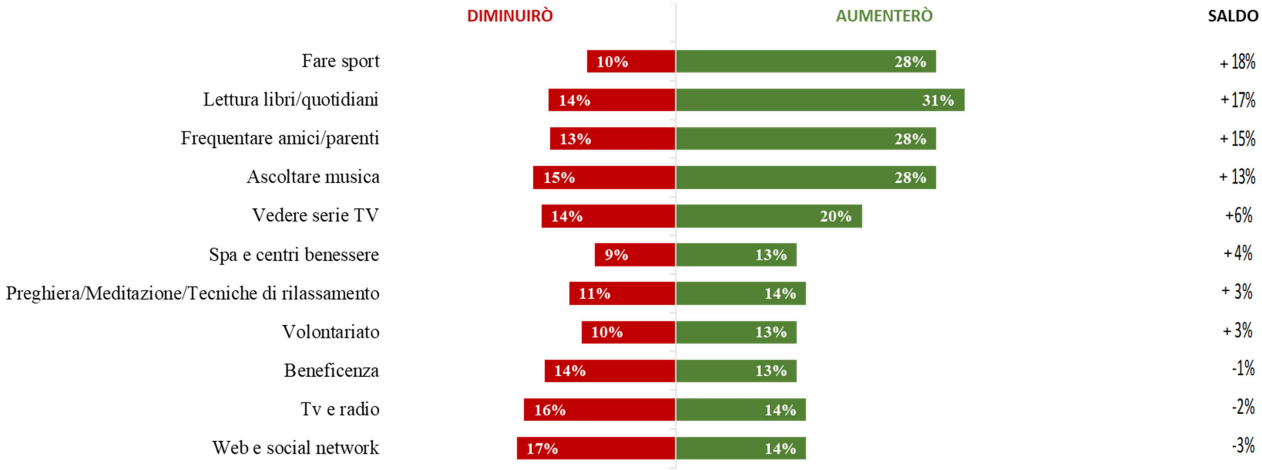
Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Mobilità urbana
(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Tempo libero
(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

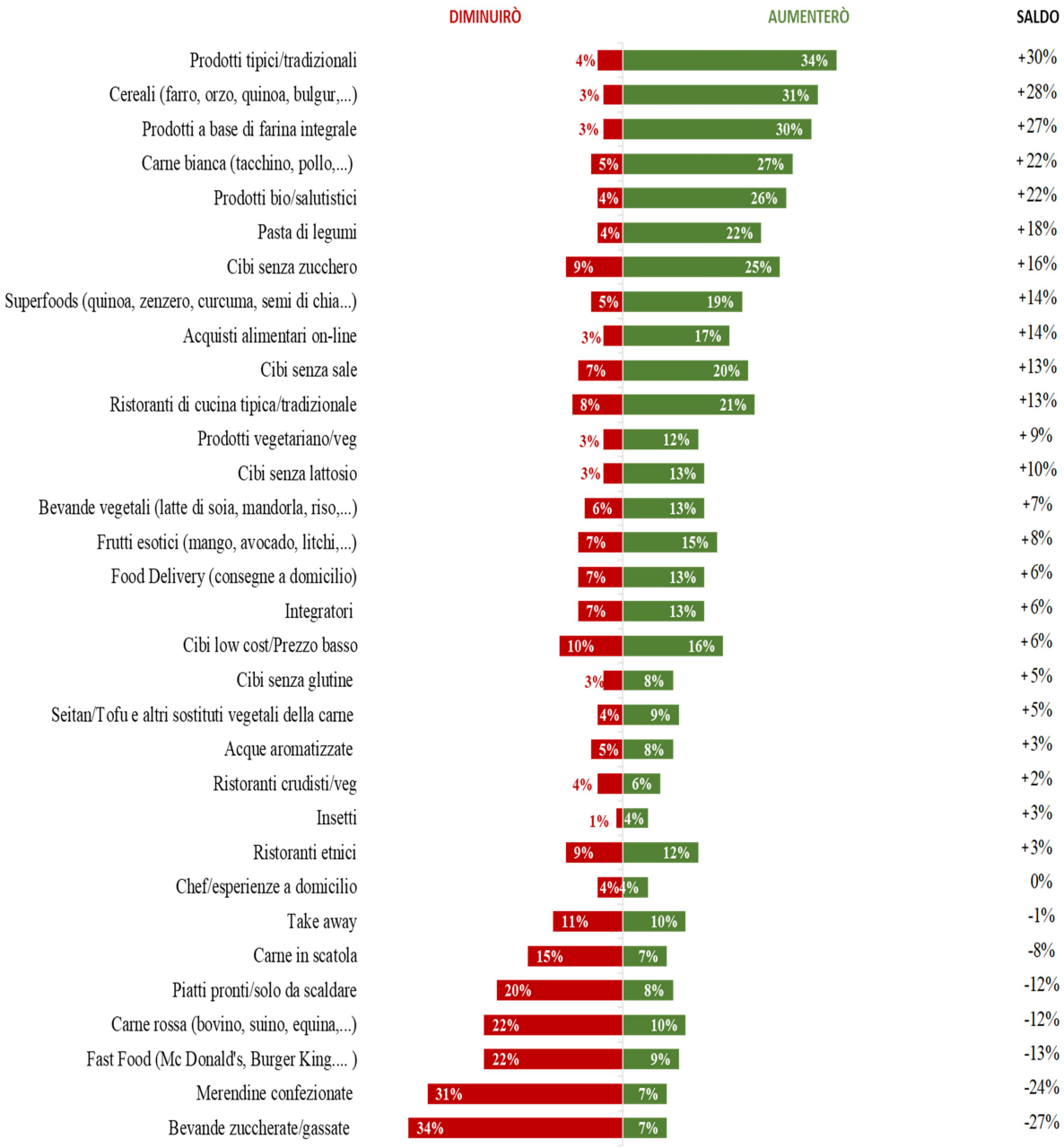
Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Alimentazione
NEOFITI ("Consumerò/Acquisterò/Farò/Frequenterò per la prima volta")
(Top10, %, Totale Campione)

Ambito	Attività	%
PRODOTTI ALIMENTARI	Pasta di legumi	**8%**
STILI ALIMENTARI	Acquisti alimentari on-line	**8%**
RISTORAZIONE	Food Delivery	**7%**
STILI ALIMENTARI	Superfoods (quinoa, zenzero, curcuma, etc.)	**5%**
RISTORAZIONE	Chef/esperienze a domicilio	**5%**
RISTORAZIONE	Ristoranti crudisti/veg	**5%**
STILI ALIMENTARI	Frutti esotici	**4%**
STILI ALIMENTARI	Cibi senza sale	**4%**
PRODOTTI ALIMENTARI	Seitan/Tofu e altri sostituti vegetali della carne	**4%**
RISTORAZIONE	Ristoranti etnici	**4%**

Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Come cambierà la tua vita nel 2020 rispetto a….Alimentazione

(%, Totale Campione)



Fonte: Indagine "L'anno che verrà" Italiani.Coop – Nomisma

Le vendite della Gdo Italiana
(Var. % sul periodo corrispondente dell'anno precedente)

Fatturato totale	Pesi	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020* rete corr.
Distribuzione Moderna, di cui:	100%	0,1	-0,3	-0,9	0,7	0,1	1,8	0,3	1,5	1,4
Nord-Ovest	32%	0,3	-0,1	0,0	1,0	0,1	1,2	0,1	0,5	1,2
Nord-Est	22%	-0,3	1,4	-0,1	1,0	0,6	1,5	1,3	1,5	1,6
Centro	25%	0,0	0,0	-1,6	-0,2	-0,3	1,8	0,6	2,2	1,9
Sud	21%	0,5	-2,9	-2,5	0,8	0,4	2,9	-0,6	2,2	0,9
Ipermercati	27%	-0,3	-1,0	-1,3	0,0	-0,6	0,9	-1,0	-0,6	-0,5
Supermercati	39%	0,7	0,5	-0,8	0,9	-0,1	3,6	-0,1	2,0	1,7
Libero Servizio	12%	-4,1	-8,0	-3,6	-2,4	-5,1	-3,4	-2,9	-0,1	-1,3
Discount	18%	5,8	8,7	1,5	2,0	6,7	3,0	4,4	4,2	4,8
Specialisti drug	4%	1,7	4,6	7,5	10,9	3,6	6,7	7,2	5,3	3,8
LCC	68%	0,5	-0,2	-0,6	1,5	0,8	2,5	1,7	1,7	1,6
Fresco a peso variabile	25%	0,3	-0,3	-4,1	-0,9	-0,6	2,9	-3,2	1,6	1,7
Non Food	7%	-5,0	-3,5	-4,2	-4,3	-2,8	-4,9	-4,3	-1,1	-1,5

[*] Previsioni

Fonte: Nielsen per Coop. Ref Ricerche su dati Iri per i dati territoriali e di formato per gli anni 2012-2017

La versione integrale delle tavole del sondaggio "L'anno che verrà" e le Previsioni 2020 sono visionabili e scaricabili su http://www.italiani.coop

Roma, 3 gennaio 2020

Per informazioni:
Silvia Mastagni
responsabile ufficio stampa Coop (Tel. 06 441811 – 335 7884168)
silvia.mastagni@ancc.coop.it