

> ANTEPRIMA DIGITALE

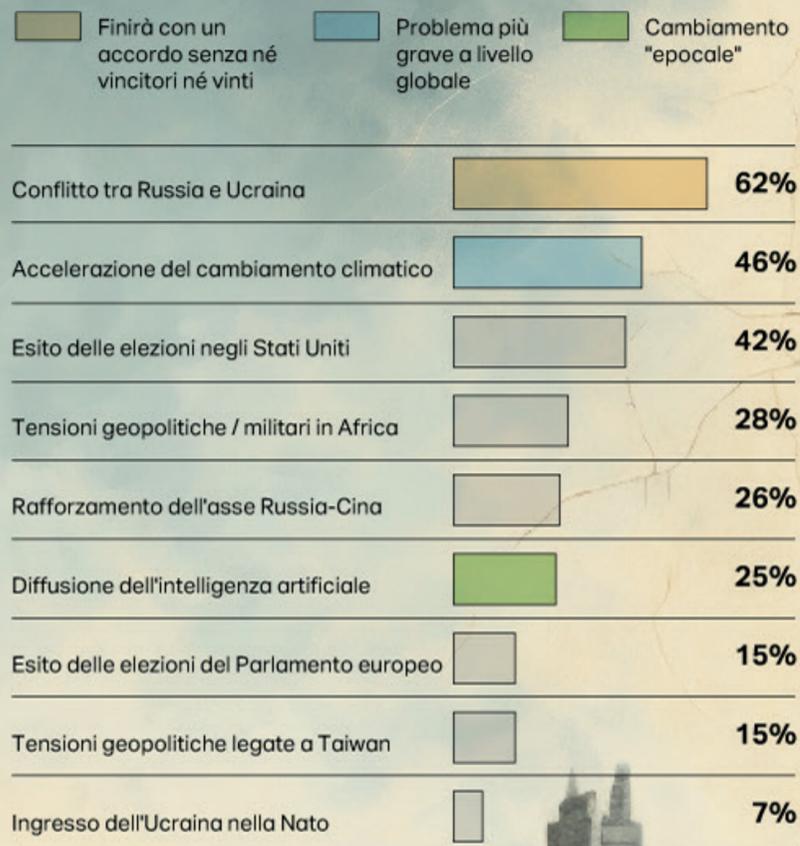
Rapporto Coop 2023

CONSUMI E STILI DI VITA DEGLI ITALIANI
DI OGGI E DI DOMANI



LE DINAMICHE MONDIALI CONDIZIONATE DA GUERRE ED ELEZIONI

(Quali tra i seguenti eventi condizioneranno più di altri lo scenario globale nell'immediato futuro?, Totale campione Manager)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023



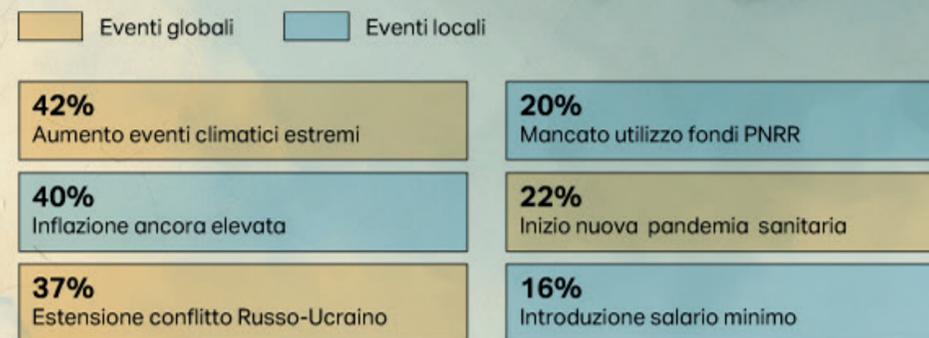
44% Italiani che credono agli alieni

8% è convinto che vivano tra noi

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

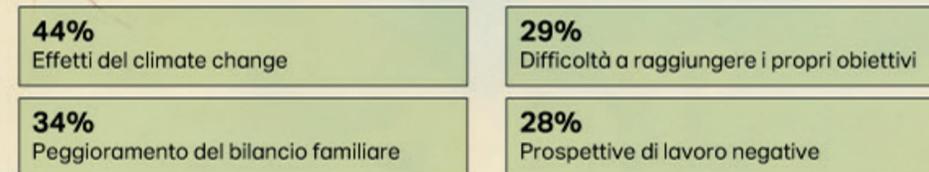
CLIMA, ECONOMIA E CONFLITTI TRA LE VARIABILI CHE INCIDONO SULL'ITALIA

(Quali dei seguenti avvenimenti potrebbero più di altri cambiare il destino dell'Italia dei prossimi 2/3 anni?, Top3 per ambito, Totale campione)



CLIMATE CHANGE E BILANCIO FAMILIARE PREOCCUPANO GLI ITALIANI

(Quali aspetti la rendono più pessimista sul futuro della sua vita personale?, Valori percentuali, Totale campione)



STANDING FOR... AMBIENTE, TASSE, UGUAGLIANZA

(Per quali tematiche è pronto a battersi attivamente ed esporsi in prima persona?, Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

I molti futuri che ci attendono

A darker world

ECONOMIA E CLIMA I TIMORI DEL GLOBO

(Top5 Rischi globali a breve termine*, Valori medi scala da 1 (rischio minimo) a 7 (rischio massimo), Campione mondiale stakeholders)

Costo della vita	5,5
Disastri naturali ed eventi climatici estremi	5,4
Confronti geoeconomici	5,3
Cambiamento climatico	5,3
Erosione della coesione sociale e polarizzazione della società	5,2

* Considerando l'impatto sulle popolazioni, sul PIL o sulle risorse ambientali
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati World Economic Forum Global Risks Perception Survey 2022-2023

27,8mln

Italiani pessimisti sulla situazione economica e geopolitica globale

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

GLI EVENTI CLIMATICI AVVERSI SONO SEMPRE PIÙ FREQUENTI

(Numero di eventi climatici estremi)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati World Meteorological Organization (WMO)

PER 1 MANAGER SU 2 L'ECONOMIA GLOBALE RALLENTERÀ

Quali sono al momento le sue previsioni riguardo l'andamento dell'economia globale nei prossimi mesi?, Valori percentuali, Totale campione Manager)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

I VENTI DI GUERRA RIARMANO IL MONDO

(Stima del numero di testate nucleari per paese nel 2023 e trend previsionale)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati FAS - Federation of American Scientists

L'OCCIDENTE SPERA NELLA VITTORIA UCRAINA

(Valori percentuali, Totale campione)

28%

Manager convinti che la promozione della pace in Ucraina è una priorità per l'UE

Cittadini che vorrebbero che a vincere la guerra fosse l'Ucraina



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati YouGov

IN EUROPA L'IPOTESI DI UN SOSTEGNO MILITARE ALL'UCRAINA SI AFFIEVOLISCE...

(Sosterrebbe il Governo nazionale qualora decidesse di inviare armi e rifornimenti aggiuntivi all'Ucraina?, Valori percentuali)

Feb 2023 Giu/Lug 2022



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati YouGov



VERSO UN ACCORDO SENZA NÉ VINCITORI NÉ VINTI

(Come pensi finirà la guerra tra Russia e Ucraina? e quando?, Valori percentuali, Totale campione)

Scenari più probabili per la fine della guerra



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

GLI ITALIANI RIMANGONO TRA I PIÙ RUSSIA-FRIENDLY D'EUROPA

(Percezione della Russia, Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Pew Research Center, 2023



ALLE PORTE DI UNA POSSIBILE RIVOLUZIONE IN UE

(Quando pensa che in Europa si verificheranno le seguenti condizioni?, Valori percentuali, Totale campione Manager)

Scenario più probabile	
Approvazione nuovo Patto di Stabilità	2024 32%
Definizione road map per la creazione di un esercito comune	Oltre il 2025 38%
Elezione diretta del Presidente della Commissione	Oltre il 2025 34%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

BREGRET: GLI INGLESI PENTITI DELLA BREXIT

(Valori percentuali)

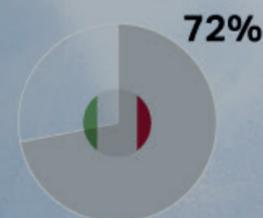
Inglese per i quali l'uscita del Regno Unito dall'UE è stata un errore



Fonte: Ufficio Studi Coop su dati YouGov

NOT MY BUSINESS, IL RISCHIO DISINTERESSE È DIETRO L'ANGOLO

Cittadini per i quali l'Italia dovrebbe concentrarsi meno sul mondo e più sulla propria realtà nazionale

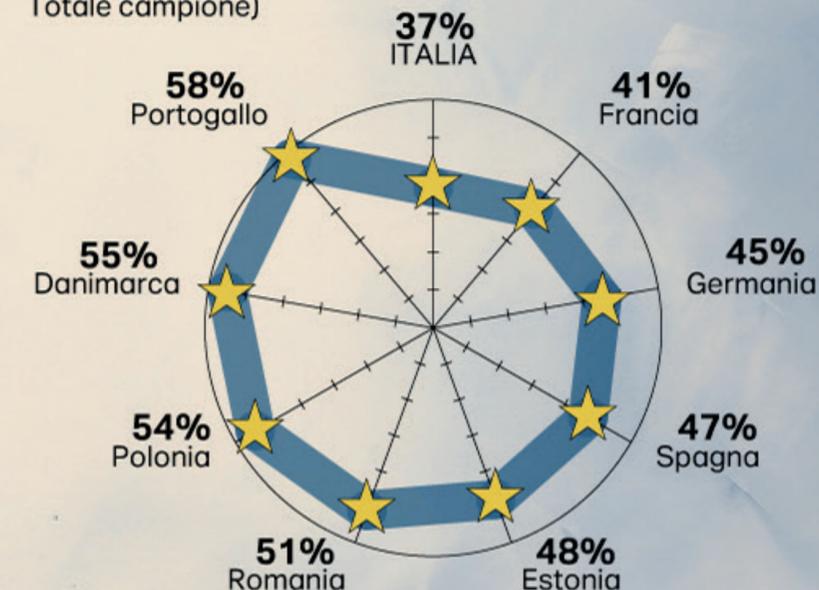


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Ipsos

Mai più senza Europa

L'UE È PIÙ FORTE DA QUANDO È INIZIATA LA GUERRA

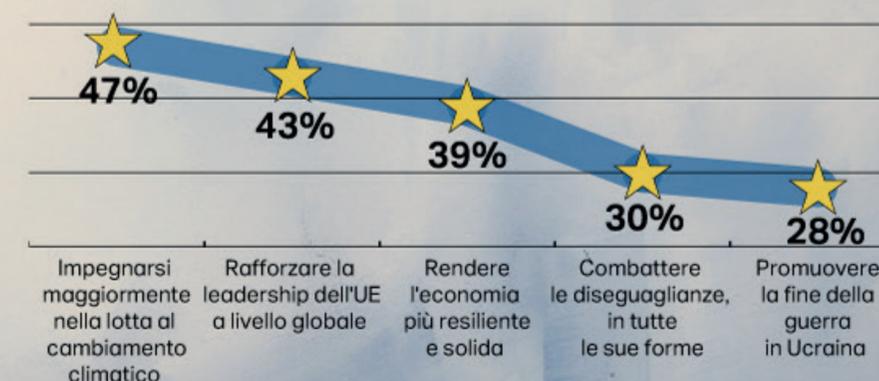
(Grado di accordo con l'affermazione: "L'attuale conflitto tra Russia e Ucraina ha rafforzato l'Unione Europea", Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati ECFR

È NECESSARIO RAFFORZARE L'UE PER I MANAGER ITALIANI

(Quali dovrebbero essere le priorità delle Istituzioni europee per i prossimi anni?, Valori percentuali, Totale campione Manager)

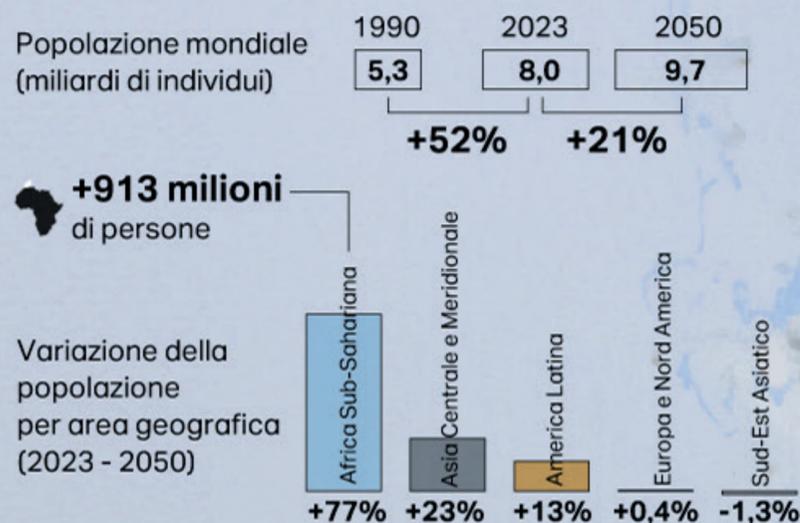


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

Giovani africani e anziani europei

IL TRENTENNIO DELL'AFRICA

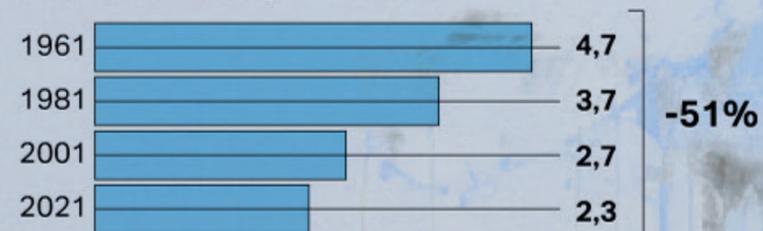
(Valori assoluti e e variazioni percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati ONU

TASSO DI FERTILITÀ GLOBALE IN PICCHIATA

(Tasso di fertilità globale, Numero nascite per donna e Var% 2021-1961)



2,1

Tasso di fertilità minimo per una crescita demografica

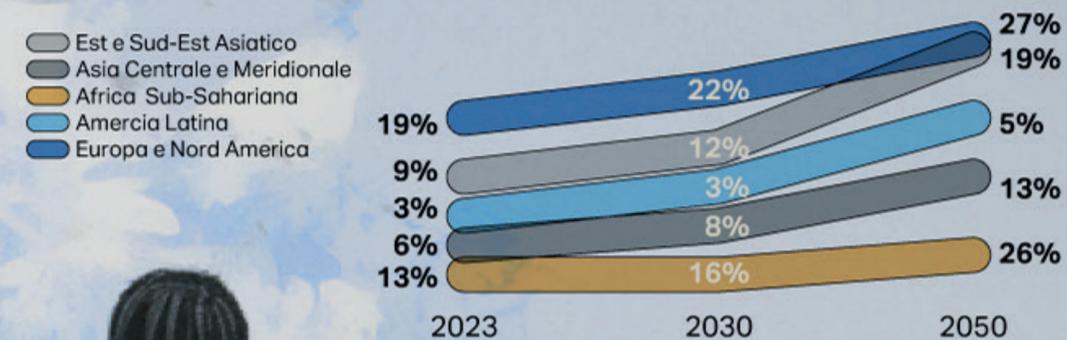
1,5

Tasso di fertilità medio dei 15 paesi del Mondo con il PIL più alto

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati World Bank

IL VECCHIO OCCIDENTE SEMPRE PIÙ VECCHIO

(Previsione dell'andamento della popolazione over 65 per area geografica, Valori percentuali su totale popolazione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Nazioni Unite

LA POSSIBILE CRISI DEL WELFARE NEGLI ANNI A VENIRE

(Numero pensionati ogni 100 lavoratori nel mondo nel 2018 e nel 2050, Valori assoluti)

	2018	2050	Popolazione (mln - 2050)
Italia	70	100	54
Francia	60	80	69
Germania	50	60	83
India	43	60	1.670
USA	40	50	389
Brasile	25	50	233

Fonte Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati OECD

IL CLIMA INCONTENIBILE PREOCCUPA I MANAGER ITALIANI

(Quali effetti del cambiamento climatico avranno un impatto maggiore nel prossimo decennio a livello globale?, Valori percentuali, Totale campione Manager)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid World", Executive Survey, Agosto 2023

MILIONI DI CITTADINI MIGRANO IN TUTTI I CONTINENTI...

(Valori assoluti e percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati International Organisation for Migration e Institute for Economics & Peace

IL CLIMATE CHANGE MINACCIA LA BIODIVERSITÀ

(Valori percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Frontiers in Ecology and Environment

UN PIANETA A RISCHIO DESERTIFICAZIONE

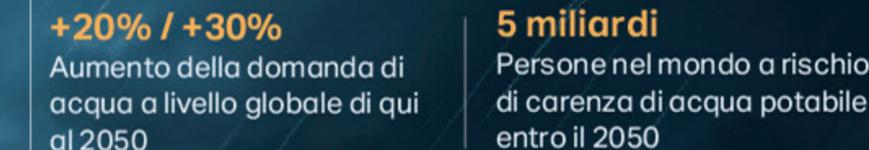
(Valori assoluti e percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati UNCCD

L'ACQUA UNA RISORSA SEMPRE PIÙ CRITICA

(Valori assoluti e percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati ONU, Unesco

Clima, un disastro annunciato

1 ITALIANO SU 3 NEGA IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

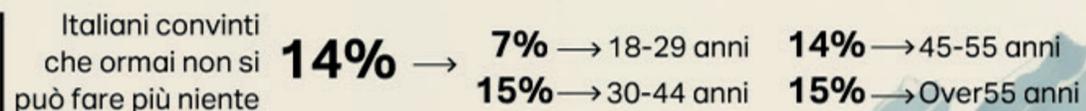
(Per lei il cambiamento climatico è ..., Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023 e YouGov Eurotrack, Aprile 2023

C'È CHI SI RASSEGNA A NON POTER FARE PIÙ NIENTE

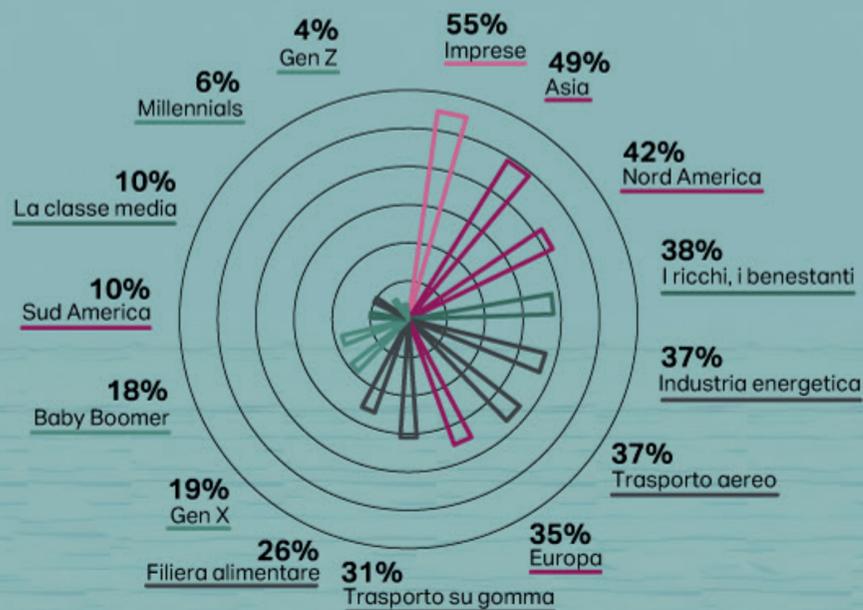
(Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

IMPRESE, NAZIONI E RICCHI TRA I PRIMI ACCUSATI DEL CLIMATE CHANGE

(Per lei chi sono i responsabili del cambiamento climatico tra ...? Valori percentuali, Totale campione)



GRANDI IMPRESE E REALTÀ INTERNAZIONALI POSSONO ANCORA FARE QUALCOSA

(Chi può realmente contribuire a rallentare il cambiamento climatico?, Valori percentuali, Totale campione)



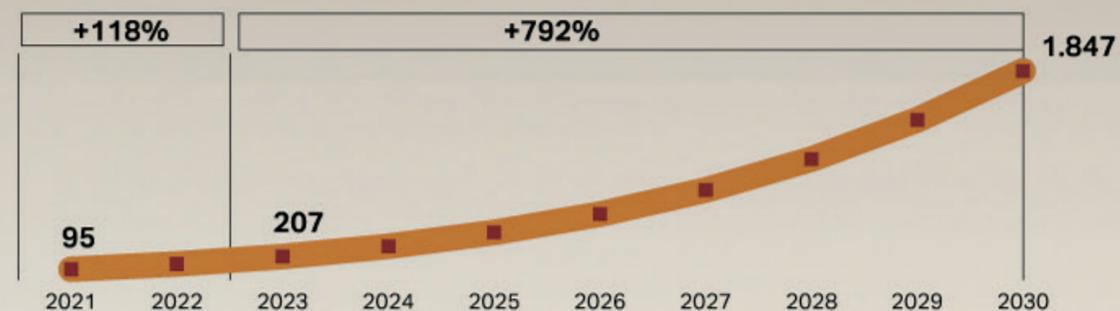
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

Classe sociale Classe d'età Società civile Continenti Settori economici

Clima e italiani, preoccupati, negazionisti e collaborazionisti

IL MERCATO GLOBALE È IN FORTE CRESCITA

(Mercato globale dell'intelligenza di mercato, Valori in miliardi di dollari)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NextMove Strategy Consulting, Goldman Sachs e Gartner Group

1 su 3

Aziende che stanno già applicando e investendo sull'IA

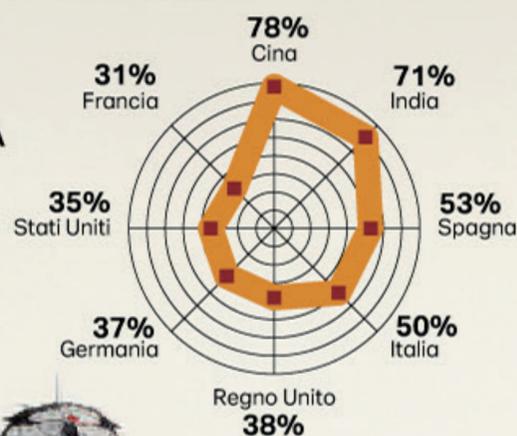
+7%

Impatto potenziale dell'applicazione dell'Intelligenza artificiale sul PIL globale annuo

TRA SCETTICI E ENTUSIASTI IL MONDO FA I CONTI CON IL FUTURO

(Valori percentuali, Totale campione)

Prodotti e servizi che utilizzano l'IA hanno più benefici che svantaggi



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Ipsos

60%

Crede che cambierà profondamente la loro vita nei prossimi 3-5 anni, facilitandola

39%

Prodotti e servizi che utilizzano l'IA lo rendono nervoso

61%

Manager convinti che si tratti di un cambiamento di natura epocale (paragonabile all'avvento del web, all'introduzione dell'energia elettrica)

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

CHAT GPT: INIZIA L'ERA DELL'IA GENERATIVA

(Valore economico annuo stimato generato dall'IA generativa, Valori in migliaia di miliardi di dollari)

11-17,7
mrd €

Analitica avanzata e Machine learning tradizionale (IA TRADIZIONALE)

6,1-7,9

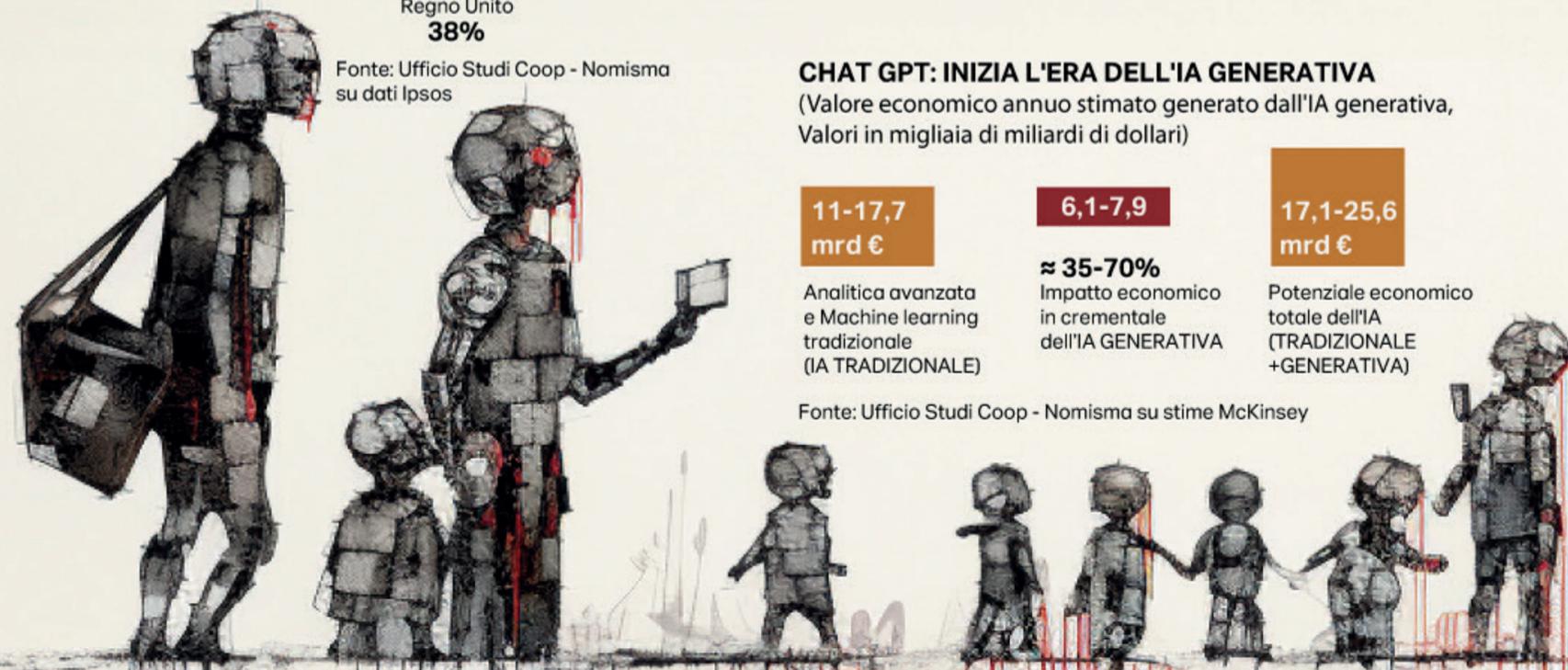
≈ 35-70%
Impatto economico in crementale dell'IA GENERATIVA

17,1-25,6
mrd €

Potenziale economico totale dell'IA (TRADIZIONALE +GENERATIVA)

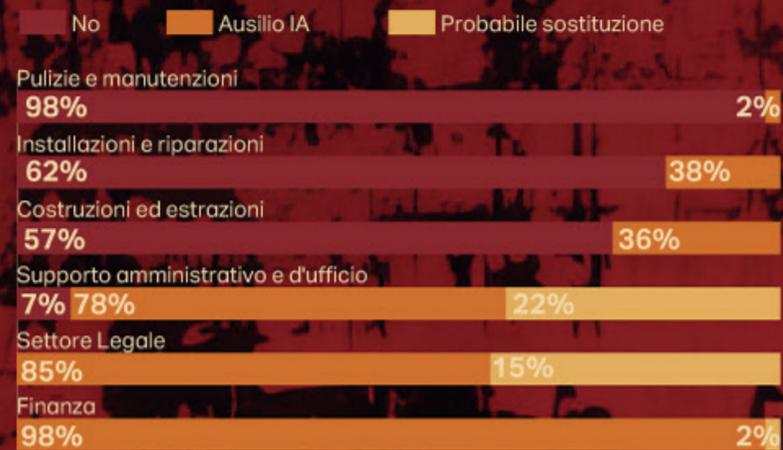
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su stime McKinsey

Il futuro dell'hybrid intelligence



I LAVORI D'UFFICIO SARANNO TRA I PIÙ INVESTITI DAL CAMBIAMENTO

(Occupati per settore ed esposizione all'IA, Valori percentuali)



1 lavoratore su 4 potrebbe già essere sostituito dall'Intelligenza artificiale generativa

2 lavoratori su 3 potrebbero essere già parzialmente esposti e godere dell'ausilio dell'intelligenza artificiale

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Goldman Sachs

1 LAVORO SU 4 POTREBBE SCOMPARIRE O COMUNQUE CAMBIARE

(Lavoratori esposti all'automazione, Valori percentuali)



USA
25%



Area Euro
24%



Cina
15%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Goldman Sachs

IA E WEB, UN RAPPORTO COMPLESSO E RISCHIOSO

(Numero casi di incidenti dell'intelligenza artificiale e controversie, Valori assoluti)

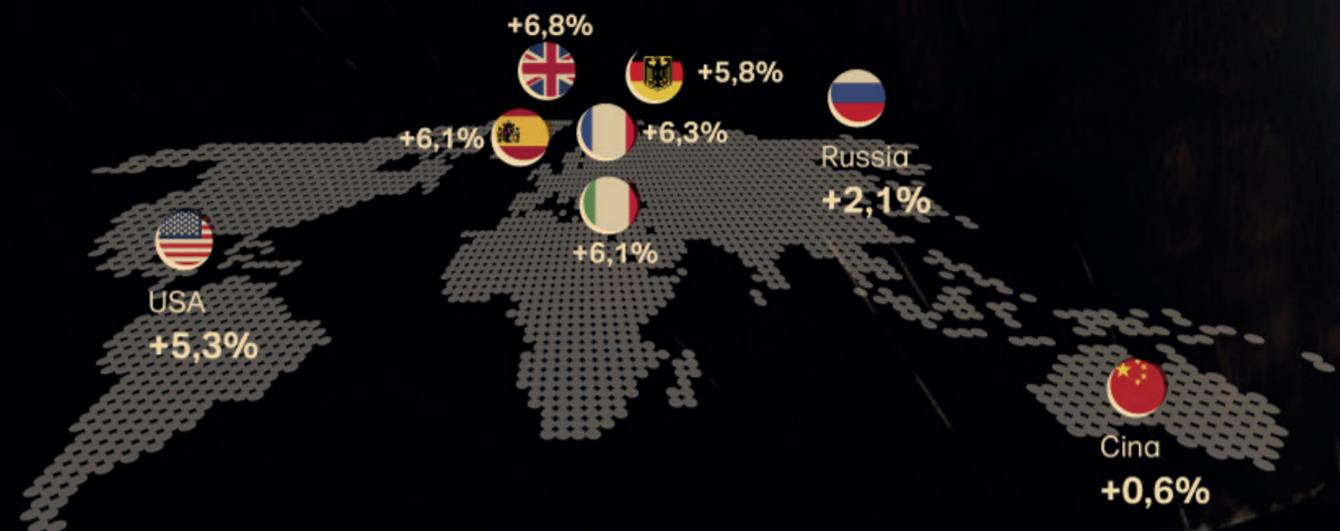


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati AIAIC Repository

Lavoro, rivoluzione IA

PAESE CHE VAI INFLAZIONE CHE TROVI

(Inflazione di fondo nelle principali economie mondiali, Valori percentuali, Maggio 2023)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati OECD e Trading Economics

LA DIFFICILE GESTIONE DELLE DINAMICHE INFLATTIVE

(Scomposizione dell'inflazione europea e americana e relativi tassi di interesse, Gen 2022-Giu 2023 e Gen 2022-Mag 2023)

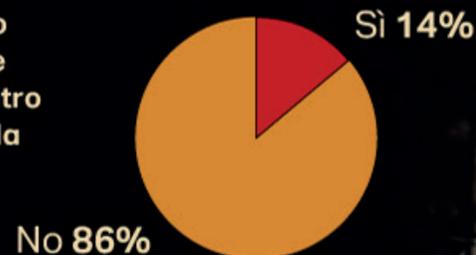


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati OECD e Trading Economics

I MANAGER SCETTICI SULLA LEVA DEI TASSI DI INTERESSE

(Valori percentuali, Totale campione Manager)

Un ulteriore aumento dei tassi di interesse accelererebbe il rientro dell'inflazione entro la soglia del 2%

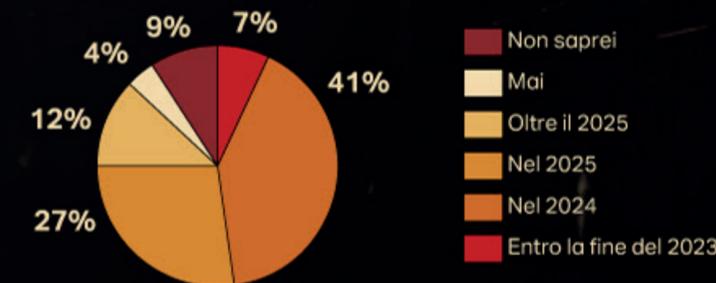


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

TASSI DI INTERESSE BCE IN CALO NON PRIMA DEL 2024/2025

(Valori percentuali, Totale campione Manager)

In quale momento la BCE ridurrà i tassi di interesse?

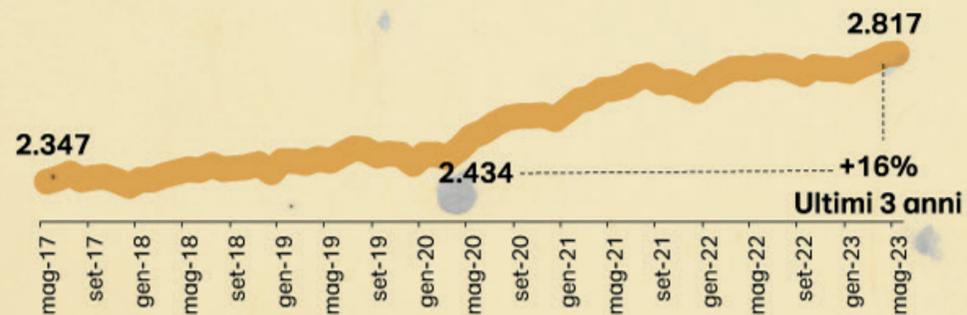


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

Il lungo tunnel dell'inflazione

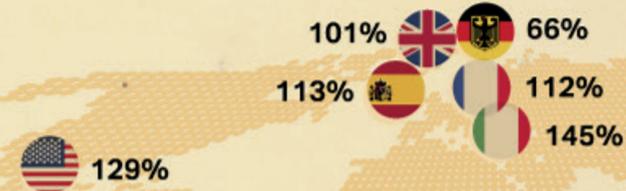
L'eterno peso del debito

2023, NUOVI RECORD PER L'INDEBITAMENTO DI STATO (Stock di debito pubblico dell'Italia, Valori in miliardi di euro)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Banca d'Italia

PRESSIONE DEBITO SUL PIL ITALIANO TRA LE PIÙ ALTE AL MONDO (Rapporto tra debito pubblico e Pil, Valori percentuali, 2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Banca d'Italia

ANCHE IL PNRR È DA RESTITUIRE

(Ammontare dei fondi del Pnrr per tipologia, Valori in miliardi di euro)

191,5 mld €: totale fondi Pnrr

122,6 mld €: Prestiti (tasso di interesse da definire)

68,9 mld €: Sovvenzioni a fondo perduto

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Ministero dell'Interno

GLI ITALIANI RICORRONO AL CREDITO AL CONSUMO

(Stock di credito al consumo delle famiglie italiane, valori in milioni di euro e var% Giu 2023-Gen 2020)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Banca d'Italia

19,1%

Famiglie che pagano un mutuo (3,6 milioni)

Pil, si gioca tutto sul Pnrr

IL PIL RALLENTA

(Variazione su base annua del Pil reale, Valori percentuali concatenati al 2015)



*Previsioni manager

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Banca d'Italia e "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

IL PNRR FA LA DIFFERENZA PER IL PIL

(Previsione dell'impatto del Pnrr sulla crescita del Pil)

Crescita media annua del Pil nel 2023-2026

Senza il Pnrr

↑ +0,4%

Con il Pnrr

↑ +1,2%

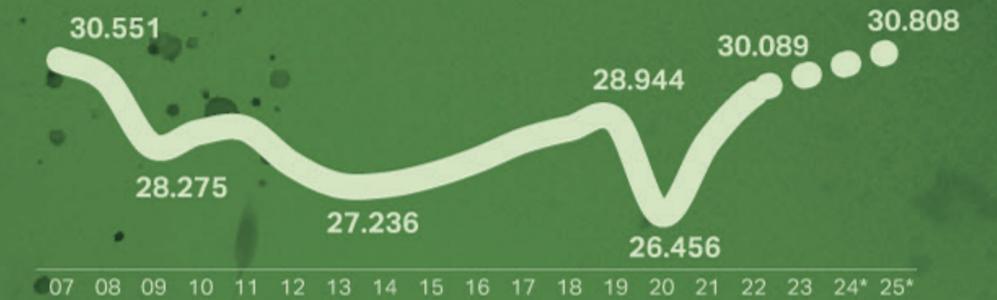
43%

Manager convinti che una accelerazione del Pnrr potrebbe favorire la crescita del Pil oltre le attese

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Equita

IL PIL PRO CAPITE TORNA SOPRA I LIVELLI PRE-RECESSIONE

(Pil pro capite a valori concatenati al 2015, Valori in euro)

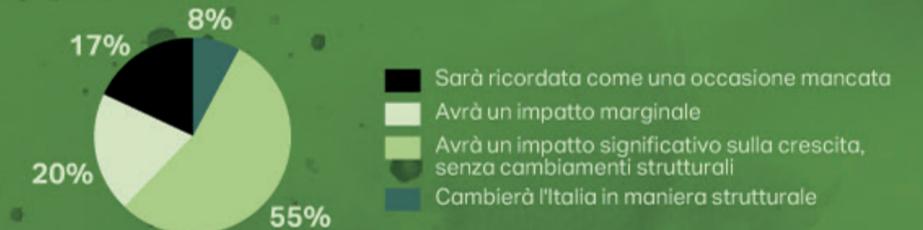


*Stima Nomisma

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat e Mef

I MANAGER ITALIANI DIFFIDENTI SUI CAMBIAMENTI STRUTTURALI DEL PAESE

(Quali pensa saranno gli effetti del Pnrr sull'Italia nei prossimi anni?, Valori percentuali, Totale campione Manager)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023



CRESCONO LE DIFFICOLTÀ NEL PAESE

(Italiani che hanno vissuto almeno una situazione di disagio che durerà anche in futuro, Valori in milioni)



QUEL PICCOLO PASSO IN PIÙ PER UNA VITA DIGNITOSA

(Remunerazione mensile aggiuntiva per garantire una vita dignitosa?, Valori percentuali, Totale campione)

Una mensilità aggiuntiva	36%
Due mensilità aggiuntive	17%
Tre mensilità aggiuntive	4%
Raddoppiare il nostro reddito	12%

IL CAROVITA PESA SULL'ECONOMIA QUOTIDIANA

(Quale impatto ha avuto l'aumento dei prezzi sulla vita quotidiana del suo nucleo familiare?, Valori percentuali, Totale campione)



FUTURO, GLI ITALIANI VEDONO I CONTI IN ROSSO

(Quali aspetti la rendono più pessimista sul futuro della sua vita personale?, Valori percentuali, Totale campione)

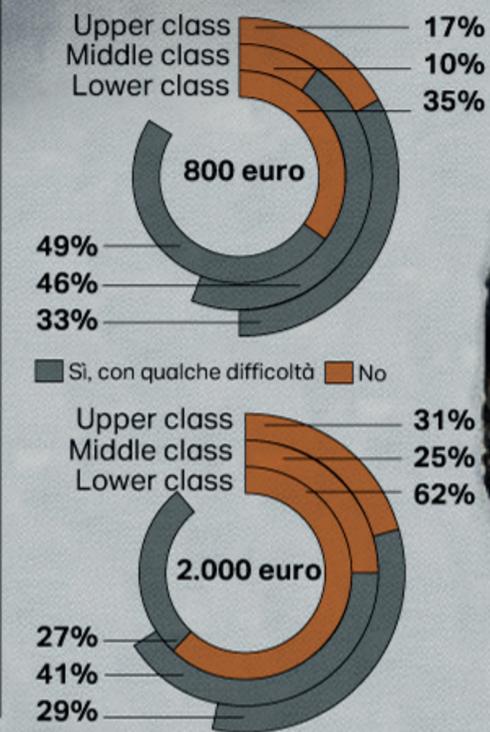
34%
Italiani pessimisti sul futuro personale perchè prevedono un peggioramento del bilancio familiare

Lower class	50%
Middle class	28%
Upper class	17%
18-29 anni	27%
30-44 anni	29%
45-60 anni	41%
over 60 anni	38%

ANCHE LA MIDDLE CLASS A RISCHIO

(Valori percentuali, Totale campione)

Nei prossimi 12/18 mesi sarebbe in grado di far fronte ad una spesa imprevista di ...



Anche la classe media diventa povera



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma, "What's up" Consumer Survey, Agosto 2023

Il dramma del lavoro che non paga

CON L'INFLAZIONE SALARI E PROFITTI RESTANO AL PALO...
 (IPCA 2022 su base 2019, var% 2022-2019 profitti unitari delle imprese, var% 2022-2019 costo unitario del lavoro)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Eurostat

... E GLI ITALIANI DIVENTANO PIÙ POVERI

(Stipendio annuo netto di una persona single senza figli, valori in euro a parità di potere d'acquisto, e incidenza dei lavoratori a rischio di povertà, 2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Eurostat

68%
 Manager favorevoli all'introduzione del salario minimo

6 mln
 Lavoratori italiani pronti a battersi* per il salario minimo

7,8 mln
 Sono pronti a farlo per il CCNL e un aumento dei salari

* raccolta firme, petizioni, manifestazioni, ...

GLI ITALIANI SI SENTONO MALPAGATI
 (Ritiene che l'attuale remunerazione del suo lavoro sia adeguata rispetto a ...?, Valori percentuali, Campione lavoratori che ritengono la remunerazione non adeguata)

L'UTOPIA DI UN AUMENTO SALARIALE
 (In che misura si attende che il suo reddito mensile aumenti nei prossimi 12/18 mesi?, Percentuale lavoratori)



Totale lavoratori	Percentuale
Mi è già stato promesso un prossimo aumento di stipendio	7%
Si parla di un possibile rinnovo del contratto collettivo nazionale	15%
Spero ci possa essere un aumento ma non ho elementi concreti	36%
Sono abbastanza sicuro che non guadagnerò di più	28%
Purtroppo mi aspetto di dover guadagnare di meno	10%
Avverto il rischio di poter perdere il mio lavoro attuale	4%

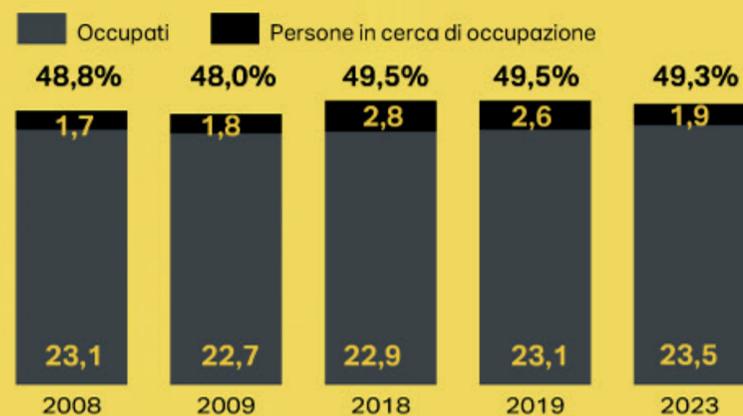
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma, "What's Up", Consumer Survey, "Hybrid Future" Executive Survey, Agosto 2023

Obbligati a lavorare di più



CRESCE LA FORZA LAVORO. MAI COSÌ TANTI OCCUPATI DAL 2008

(Occupati e persone in cerca di occupazione, Valori assoluti in milioni e incidenza su popolazione 15+)



MULTIPLE JOB, L'EXIT STRATEGY AL CAROVITA

(Quali sono le sue strategie per far fronte all'aumento dei prezzi dei beni e servizi che acquista di solito?, Valori assoluti in milioni)

	Strategia	
	già adottata	da adottare nei prossimi 12/18 mesi
Faccio lavoretti aggiuntivi	6,2	5,9
Aumento il numero di ore lavorate	5,8	6,9
Faccio due lavori	4,4	6,3
Nella mia famiglia hanno iniziato a lavorare persone che prima non lavoravano	4,0	5,2

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

IL FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO TRA SALARI CHE NON TENGONO IL PASSO DELL'INFLAZIONE E PRECARIATO

(Valori percentuali, Totale campione Manager)

	Crescita	Calo	Net
Difficoltà a trovare manodopera specializzata	79%	7%	+72 p.p.
Flussi migratori verso l'estero per motivi di lavoro	68%	4%	+64 p.p.
Flussi migratori dall'estero per motivi di lavoro	66%	8%	+58 p.p.
Diseguaglianze (di genere, generazionali...)	64%	9%	+55 p.p.
Lavoro precario	57%	10%	+47 p.p.
Tasso di occupazione	42%	17%	+25 p.p.
Livelli salariali (al netto dell'inflazione)	25%	27%	-2 p.p.
Diritti dei lavoratori (welfare, condizioni contrattuali...)	24%	27%	-3 p.p.

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future" Executive Survey, Agosto 2023

HARD WORKING, MENO GIORNI MA PIÙ INTENSI

(Valori percentuali, Totale campione)

Introduzione salario minimo

- 68% Manager favorevoli
- 16% Italiani convinti che la sua introduzione possa cambiare il destino dell'Italia nell'immediato futuro

Settimana cortissima (4 giorni anziché 5)

- 56% Manager favorevoli

Lavoratori favorevoli a fronte di ...

- 10% Una diminuzione dello stipendio
- 35% Un aumento delle ore lavorate negli altri giorni della settimana
- 41% Nessuna modifica del carico di lavoro settimanale

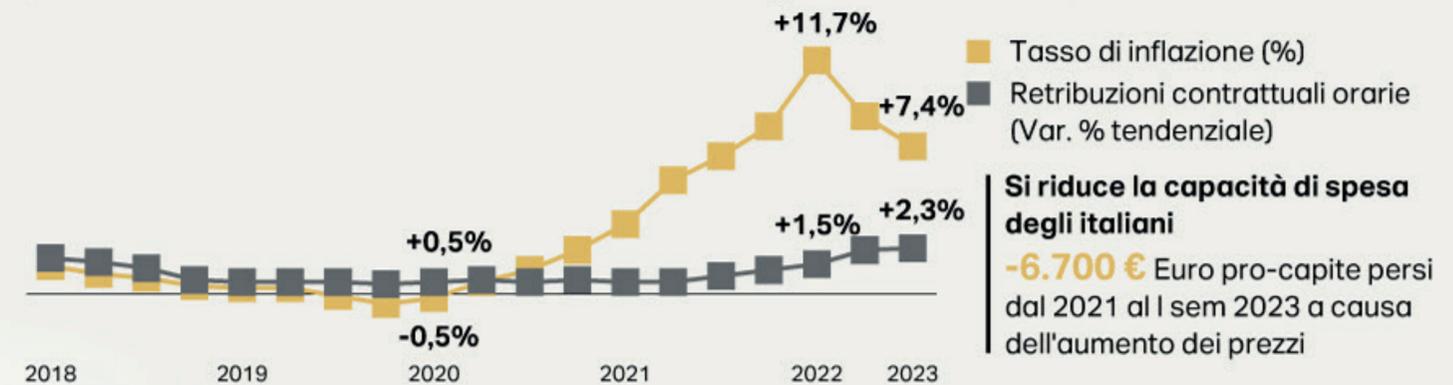
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up", Consumer Survey e "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

I risparmi proteggono dal carovita (finora)



I PREZZI CORRONO PIÙ DEI SALARI

(Tasso di inflazione e retribuzioni contrattuali - Variazioni percentuali tendenziali)

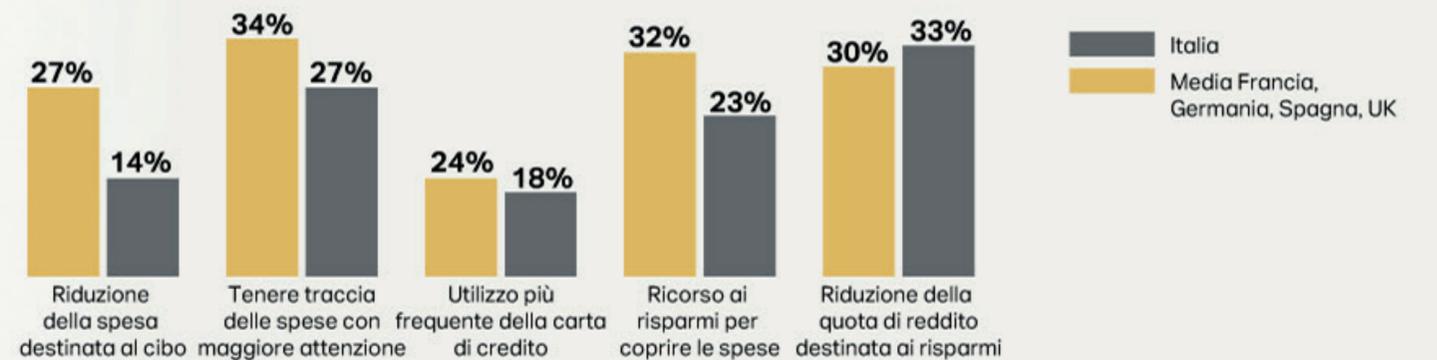


Si riduce la capacità di spesa degli italiani
-6.700 € Euro pro-capite persi dal 2021 al I sem 2023 a causa dell'aumento dei prezzi

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat

GLI ITALIANI (A MALINCUIRE) RIDUCONO IL RISPARMIO

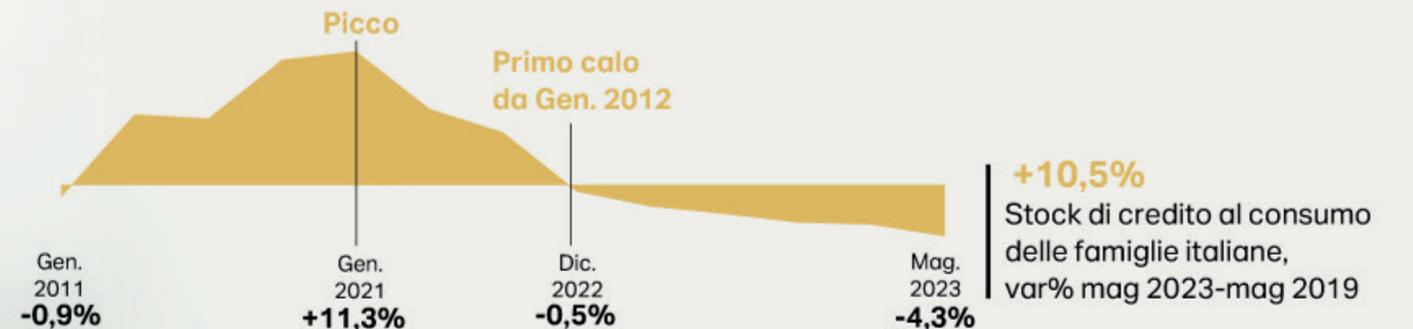
(Azioni volte a salvaguardare il potere di acquisto più adottate, Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati McKinsey, Maggio 2023

DOPO 11 ANNI TORNANO A CALARE I DEPOSITI

(Tasso di variazione a 12 mesi dei depositi bancari di residenti in Italia escluse IFM, Valori percentuali)



+10,5%
 Stock di credito al consumo delle famiglie italiane, var% mag 2023-mag 2019

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Banca d'Italia

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat, Banca d'Italia e CRIF

Alla fine l'inflazione piega i consumi



CRESCE LA SPESA

(Spesa complessiva pro-capite e quota per macro-categoria, Stime 2023)



21.083 €

Spesa media annua delle famiglie

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Confcommercio-Imprese per l'Italia

IL CIBO, L'ULTIMA TRINCEA DEI CONSUMI

(Nei prossimi 12/18 mesi come cambierà rispetto ad oggi la quantità di beni e servizi acquistata da lei e la sua famiglia? Valori percentuali e NET=Aumento-Diminuzione, Totale campione)

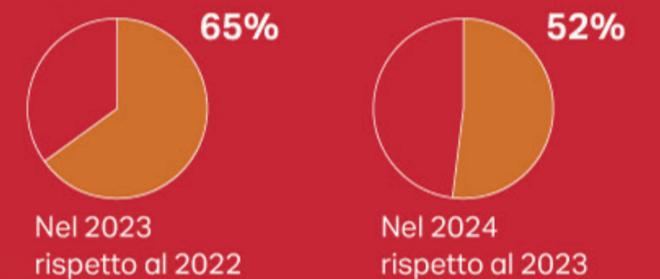
	Aumento	Diminuzione	NET
Cibo per consumo domestico (n. pezzi)	16%	16%	+0%
Salute fisica (n. visite e controlli)	13%	23%	-10%
Salute psicologica (n. visite e controlli)	11%	35%	-24%
Cura di sé (n. occasioni)	10%	38%	-28%
Abbigliamento e calzature nuovo (n. pezzi)	11%	40%	-29%
Attività sportiva (n. occasioni)	11%	42%	-31%
Viaggi e vacanze in Italia ed Europa (n. giorni)	11%	49%	-38%
Concerti, spettacoli, divertimento, ... (n. occasioni)	11%	50%	-39%
Aiuto domestico (ore)	9%	48%	-39%
Viaggi e vacanze extra-europei (n. giorni)	10%	50%	-40%
Pranzi/ cene al ristorante (n. occasioni)	10%	51%	-41%
Quantità complessiva di beni e servizi acquistati	11%	36%	-25%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

LA SVOLTA NEGATIVA DEI CONSUMI

(Quali sono le sue previsioni circa l'andamento medio dei consumi delle famiglie italiane in termini di volume, Valori percentuali, Totale campione Manager)

Prevede un calo dei consumi



36%

Teme che il calo dei consumi possa minare la crescita del PIL

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

QUANTITÀ DI BENI E SERVIZI ACQUISTATI NEL COMPLESSO

	Aumento	Diminuzione	Net
Italiani	11%	36%	-25%
Upper class	24%	20%	+4%
18-29	17%	25%	-8%
Over55	5%	42%	-37%
Lower class	8%	52%	-44%

2023. L'ESTATE DEI VIAGGI MANCATI

27 mln italiani che pensavano di andare in vacanza

-2,5 mln
in meno rispetto
all'estate 2022

-4,8 mln
in meno rispetto
all'estate 2019

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Osservatorio Changing World Nomisma

INFLAZIONE E AUMENTO DEI PREZZI

(Tasso di inflazione delle principali voci di spesa legate alle vacanze, media mag-lug 2023 su base 2019)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat

GLI OSTACOLI ALLA PARTENZA: INCOGNITA CLIMA E CERTEZZA PREZZI PIÙ ALTI

Eventi climatici estremi

1.844
eventi climatici estremi registrati
in Italia dal 1 giugno
all'8 agosto 2023

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma
su dati ESWD

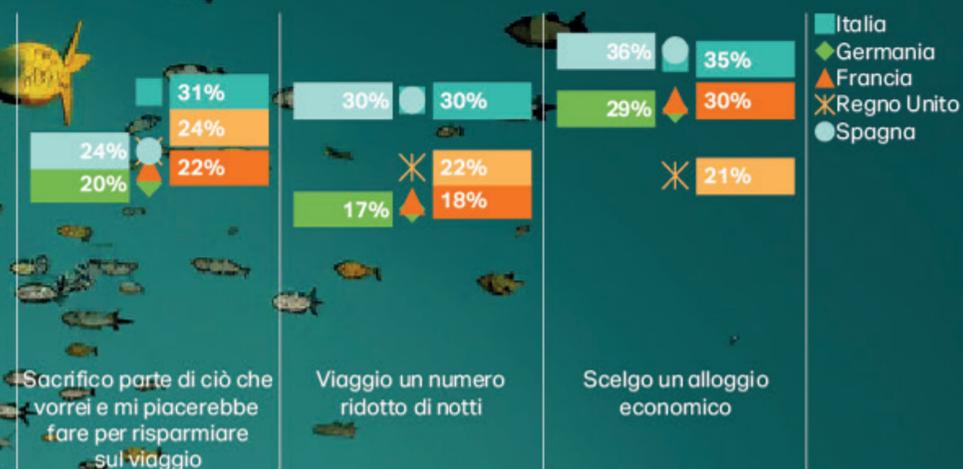
13%

italiani che hanno annullato
o modificato le vacanze
estive a causa di eventi
climatici estremi

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma,
"What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

IN PARTENZA MA CON IL LUCCHETTO AL PORTAFOGLIO

(Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Deloitte

I VIAGGI POSSONO ASPETTARE

(Nei prossimi 12/18 mesi come cambierà, rispetto ad oggi e al netto della variazione dei prezzi, la quantità di beni e servizi acquistata da lei e la sua famiglia?, Valori percentuali, Totale campione)

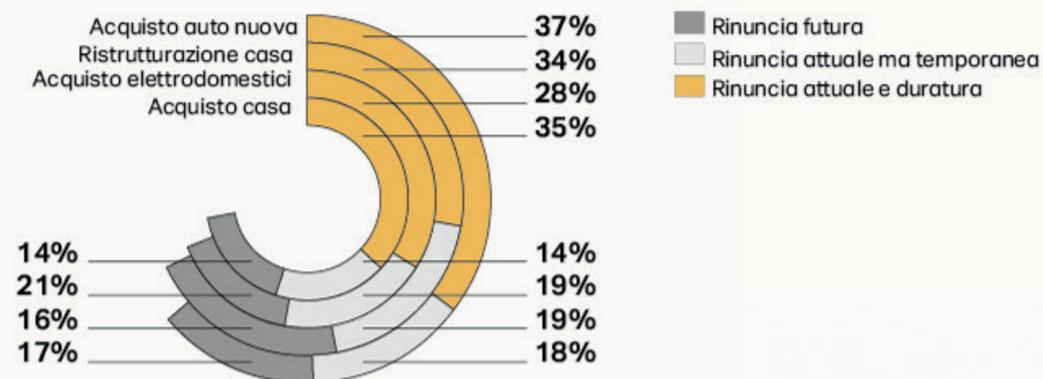


Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

La home-cation degli italiani

GLI ITALIANI RINUNCIANO AI MUST HAVE DEGLI ANNI DEL BOOM ECONOMICO

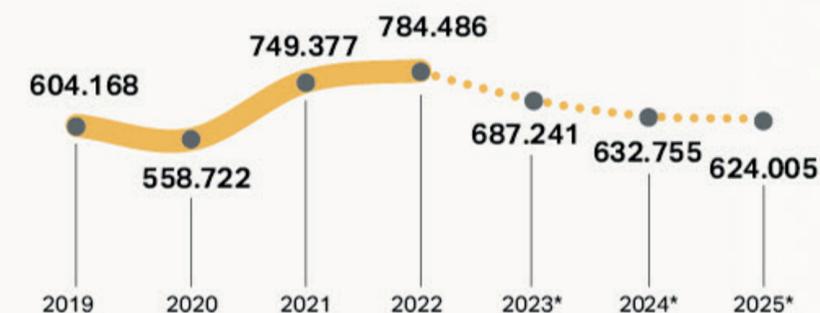
(Nel corso del 2023 il suo nucleo familiare ha dovuto effettuare delle rinunce rispetto a quanto era solito fare o a quanto avesse programmato?, Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

GLI ACQUISTI DELLE CASE SI RIDUCONO

(Compravendite di immobili ad uso residenziale, 2019-2024)



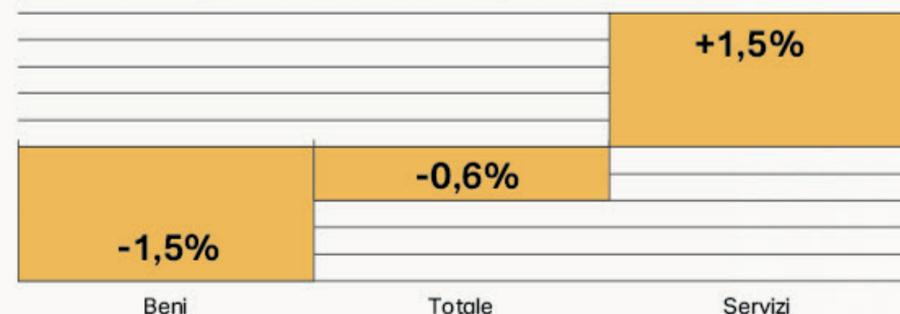
-26,6%
Erogazioni di mutui alle famiglie per acquisto di abitazioni (Var. I trim. 2023 - I trim. 2022)

*Previsioni Nomisma

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Osservatorio Immobiliare Nomisma

SI CERCANO PIÙ I SERVIZI E MENO I BENI

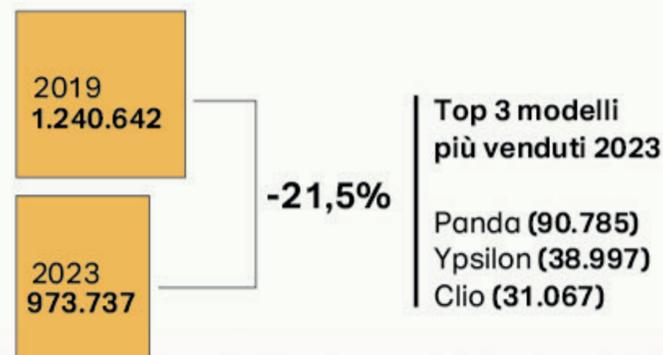
(Domanda in quantità su base annua, var% I sem. 2023 - I sem. 2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

IL MERCATO DELL'AUTO RALLENTA

(Immatricolazioni auto in Italia, Primi 7 mesi dell'anno)



Top 3 modelli più venduti 2023

Panda (90.785)
Ypsilon (38.997)
Clio (31.067)

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

ANCHE I PRODOTTI TECNOLOGICI PERDONO

IL LORO APPEAL

(Beni di consumo tecnologici, Unità vendute, Var% I sem. 2023 - I sem. 2022)

Elettronica di consumo	-40%
Fotografia	-12%
Smartphone	-11%
Ufficio	-8%
Grandi elettrodomestici	-0,2%
Piccoli elettrodomestici	-0,1%

Oltre **1,3 milioni** di smartphone acquistati in meno nell'ultimo anno

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati GFK

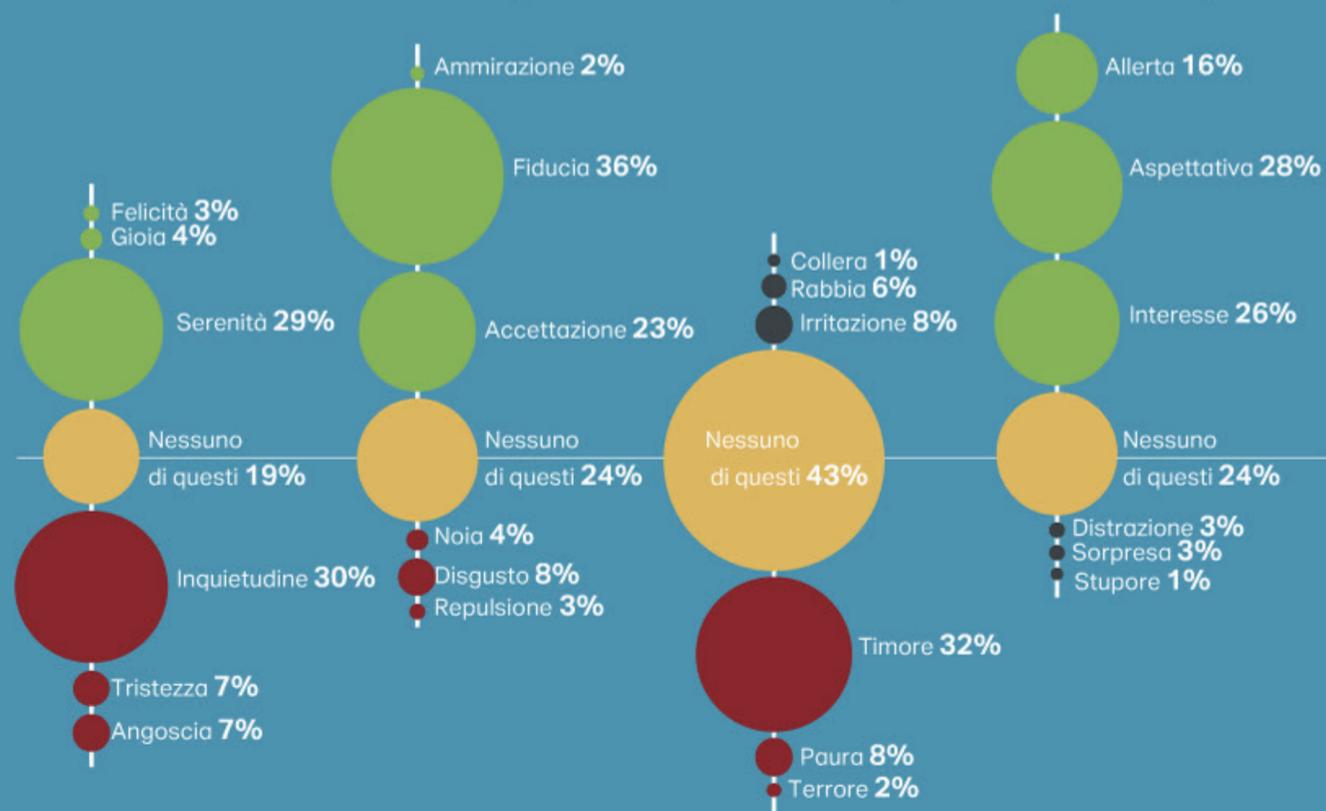


Casa, auto, telefono, le rinunce sono durevoli

Ancora ostinatamente ottimisti

SERENI E FIDUCIOSI, MA CRESCONO INQUIETUDINE E TIMORE

(In generale, quale stato d'animo prova quando pensa al suo futuro personale e quindi al suo futuro economico, lavorativo, relazionale nei prossimi 12/18 mesi?, Valori percentuali, Totale campione)



LA VITA PERSONALE CI SODDISFA MENTRE IL CONTESTO CI PREOCCUPA

(In positivo o in negativo questo stato d'animo dipende principalmente da ..., Valori percentuali, Totale campione)



NEL 2023 CRESCE UN PO' DI MALUMORE

(Variazioni in punti percentuali, Ago 2023 vs Ago 2022, Totale campione)

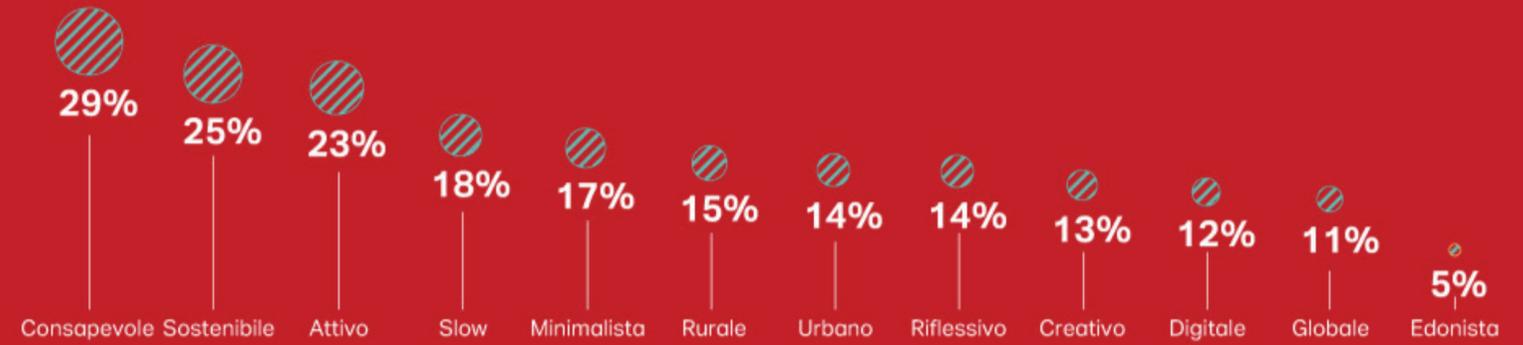
Timore	+12 p.p.	Irritazione	-12 p.p.
Fiducia	+8 p.p.	Accettazione	-9 p.p.
Inquietudine	+6 p.p.	Noia	-6 p.p.

Stato d'animo



Italiani, quei bravi ragazzi

CONSAPEVOLI, SOSTENIBILI, ATTIVI O RIFLESSIVI, SI SCELGONO STILI DI VITA DA PRIMI DELLA CLASSE...
 (Quale sarà il suo stile di vita prevalente nei prossimi 12/18 mesi?, Valori percentuali, Totale campione)



...E PROMETTONO DI MIGLIORARE NEI PROSSIMI MESI

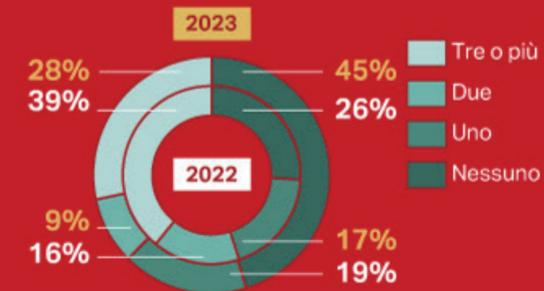
(Nei prossimi 12/18 mesi come cambieranno i suoi comportamenti e le scelte della vita quotidiana?, Top3 azioni distintive dei principali stili di vita, Valori percentuali, Totale campione)

Profilo socio-demografico in cui lo stile di vita è più diffuso Azioni che verranno svolte con maggior frequenza rispetto ad oggi

18-29 ANNI +12 p.p.	OVER55 ANNI +3 p.p.	UPPER CLASS +7 p.p.	OVER55 ANNI +10 p.p.	LOWER CLASS +4 p.p.
Consapevole Leggere libri, andare a teatro, ...	Sostenibile Ridurre i consumi e gli sprechi energetici e idrici	Attivo Fare attività all'aria aperta, frequentare i parchi cittadini	Slow Acquistare prodotti (alimentari e non) locali, km0	Minimalista Liberarmi di oggetti di cui non ho bisogno/ acquistare solo cose indispensabili
26% (+6 p.p.) Praticare tecniche per la gestione dello stress	40% (+9 p.p.) Liberarmi di oggetti di cui non ho bisogno/ acquistare solo cose indispensabili	33% (+11 p.p.) Allenarmi e fare attività fisica regolarmente	26% (+4 p.p.) Ridurre gli sprechi alimentari	44% (+15 p.p.) Esplorare angoli nascosti della mia città
21% (+6 p.p.) Ridurre i consumi e gli sprechi energetici o idrici	36% (+7 p.p.) Acquistare prodotti di seconda mano	29% (+9 p.p.) Ridurre i consumi e gli sprechi energetici o idrici	35% (+3 p.p.) Seguire una dieta bilanciata e nutriente	31% (+10 p.p.) Acquistare prodotti di seconda mano
37% (+5 p.p.)	21% (+7 p.p.)	39% (+8 p.p.)	22% (+3 p.p.)	23% (+8 p.p.)

RINUNCIANDO ANCHE AGLI ECCESSI

Numero di comportamenti eccessivi*
 (Valori percentuali, Totale campione)



LA FINE DEL BINGE WORLD?

(Valori percentuali, Totale campione)



*Percentuale Voto 8-9-10 su scala da 1 (assenza) a 10 (dipendenza)
 Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

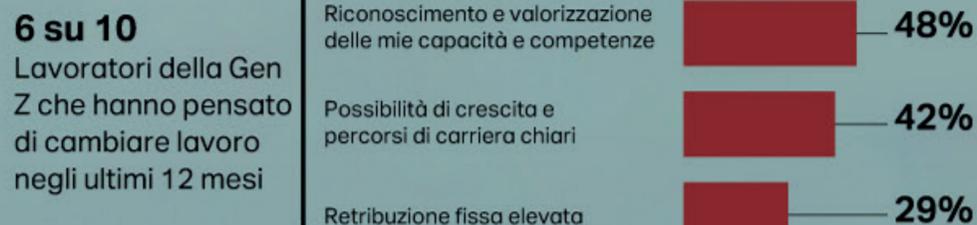
IL CLUB ESCLUSIVO DEGLI OVER45

(Retribuzione media di un impiegato per generazione, Valore assoluto e scostamento rispetto alla media)



GIOVANI IN CERCA DI RICONOSCIMENTO

(Valori percentuali, Totale campione)



SEMPRE MENO CHOOSY

(NEET - giovani 15-29 anni che non lavorano, non studiano e non fanno percorsi di formazione, valori percentuali e valori assoluti in milioni)



AMBIZIOSI E APPASSIONATI, MA NON VALORIZZATI

(Valori percentuali, Totale campione)



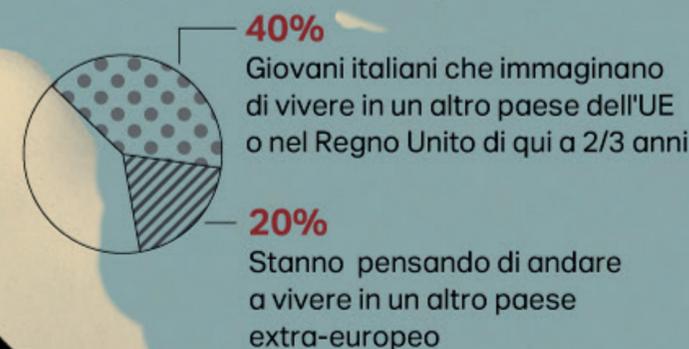
L'ITALIA GIOVANE CHE SE NE VA...

34,8 mila Giovani (18-34 anni) che hanno lasciato l'Italia per espatrio nel corso del 2021

14,4 mila Giovani (25-34 anni) espatriati laureati nel corso del 2021

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati AIRE

...E QUELLA CHE PENSA DI FARLO



Apartheid giovani

UNA GENERAZIONE A DISAGIO

(Giovani 18-34 in condizione di deprivazione nei 5 domini, Valori percentuali)



4,9 milioni

Giovani italiani in condizione di deprivazione su almeno un aspetto

1,6 milioni

in 2 o più aspetti

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat

GIOVANI A RISCHIO ANSIA SOCIALE E DEMOFOBIA

(Ragazzi 11-19 anni per condizione / stato emotivo, Valori percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Skuola.net e Associazione Nazionale Di.Te.

E IL FUTURO SI DIVIDE TRA SPERANZA E TIMORE

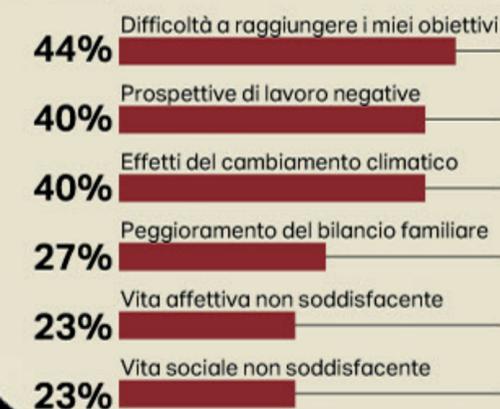
(Quale stato d'animo prova quando pensa al suo futuro nei prossimi 12/18 mesi?, Valori percentuali, Campione 18-29 anni)

	18-29 anni	NET*
Interesse	35%	+9%
Felicità	12%	+9%
Timore	40%	+8%
Aspettativa	34%	+6%
Paura	12%	+4%
Fiducia	39%	+3%

*18-29 rispetto al totale campione
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, agosto 2023

ECONOMIA E LAVORO NUTRONO LE INCERTEZZE

(Quali aspetti la rendono più pessimista sul futuro della sua vita personale?, Valori percentuali, Campione 18-29 anni)



Giovani pessimisti sulla situazione...

..dell'Italia **60%**
...del Mondo **59%**

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

The broken generation

L'INFLAZIONE CORRE IN ITALIA E IN EUROPA...

(Tasso di inflazione per prodotti alimentari e bevande analcoliche, Principali paesi europei, Giu 2023 vs Giu 2021)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Eurostat

PET CARE E FREDDO I REPARTI PIÙ COLPITI DALL'INFLAZIONE NEI PRIMI 6 MESI DEL 2023

(Largo Consumo Confezionato: Tasso di inflazione su base annua per reparto, I+S+LiS, Giugno 2023)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

NEL LARGO CONSUMO CONFEZIONATO LENTAMENTE L'INFLAZIONE ALLENTA LA SUA MORSA

(Prezzi, inflazione e mix nel Largo Consumo Confezionato, Valori percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

INFLAZIONE AL CONSUMO DESTINATA A CRESCERE

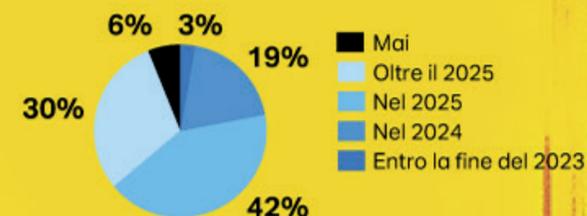
(Quali sono le sue previsioni rispetto al tasso di inflazione medio annuo relativo ai prezzi al consumo nella GDO, Valori percentuali, Totale campione Manager Food & Beverage)



*Grocery+Fresco peso fisso e variabile + detergenza
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023 e NielsenIQ

...E NON TORNERÀ AI LIVELLI PREPANDEMICI PRIMA DEL 2025

(Quando il tasso di inflazione al consumo dei prodotti alimentari in Italia tornerà ai livelli della media storica pre-pandemia (2%)? (Valori percentuali, Totale campione Manager Food & Beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

Food inflation, here to stay?



L'INFLAZIONE SPINGE GLI ITALIANI A COMPRARE DI MENO

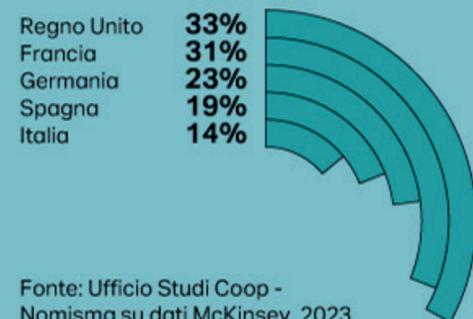
(Vendite Grocery, Totale Italia, Var% Prog Lug 2023 vs Lug 2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

IN EUROPA ITALIANI I MENO DISPOSTI A SACRIFICARE IL CIBO

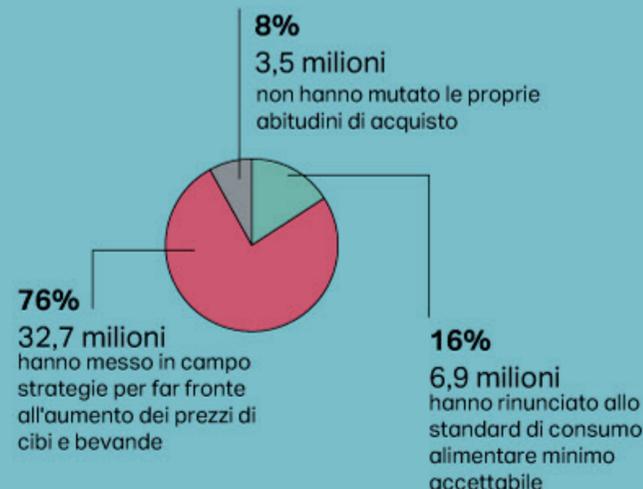
(Popolazione che riduce la spesa destinata al cibo come strategia di risparmio, Valori percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati McKinsey, 2023

QUANDO IL CIBO DIVENTA PRIVAZIONE

(15-75enni per comportamenti rispetto all'aumento di prezzi di cibi e bevande, Valori assoluti e percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

Cibo, tra rinunce e privazioni



CRISI CHE HAI, STRATEGIA CHE TROVI

(Strategie adottate per far fronte all'aumento dei prezzi di cibo e bevande, Valori percentuali, Chi ha già messo in atto strategie)

Smetto/ diminuisco acquisti di prodotti sostenibili	42%
Smetto/ diminuisco acquisti di prodotti biologici	43%
Smetto/ diminuisco acquisti dei prodotti più costosi	50%
Smetto/diminuisco acq. di prodotti a marca industriale nota	53%
Inizio/ aumento acquisti di prodotti a basso prezzo/low cost	60%
Inizio/ aumento acquisti presso i discount	63%
Smetto/ diminuisco acq. di prodotti di alta fascia di prezzo	63%
Inizio/ aumento acquisti di prodotti a marca dell'insegna	66%
Aumento acquisti di prodotti a minor costo unitario	67%
Aumento acquisti prodotti in offerta, promozione, sconto	78%
Riduco sprechi alimentari	90%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

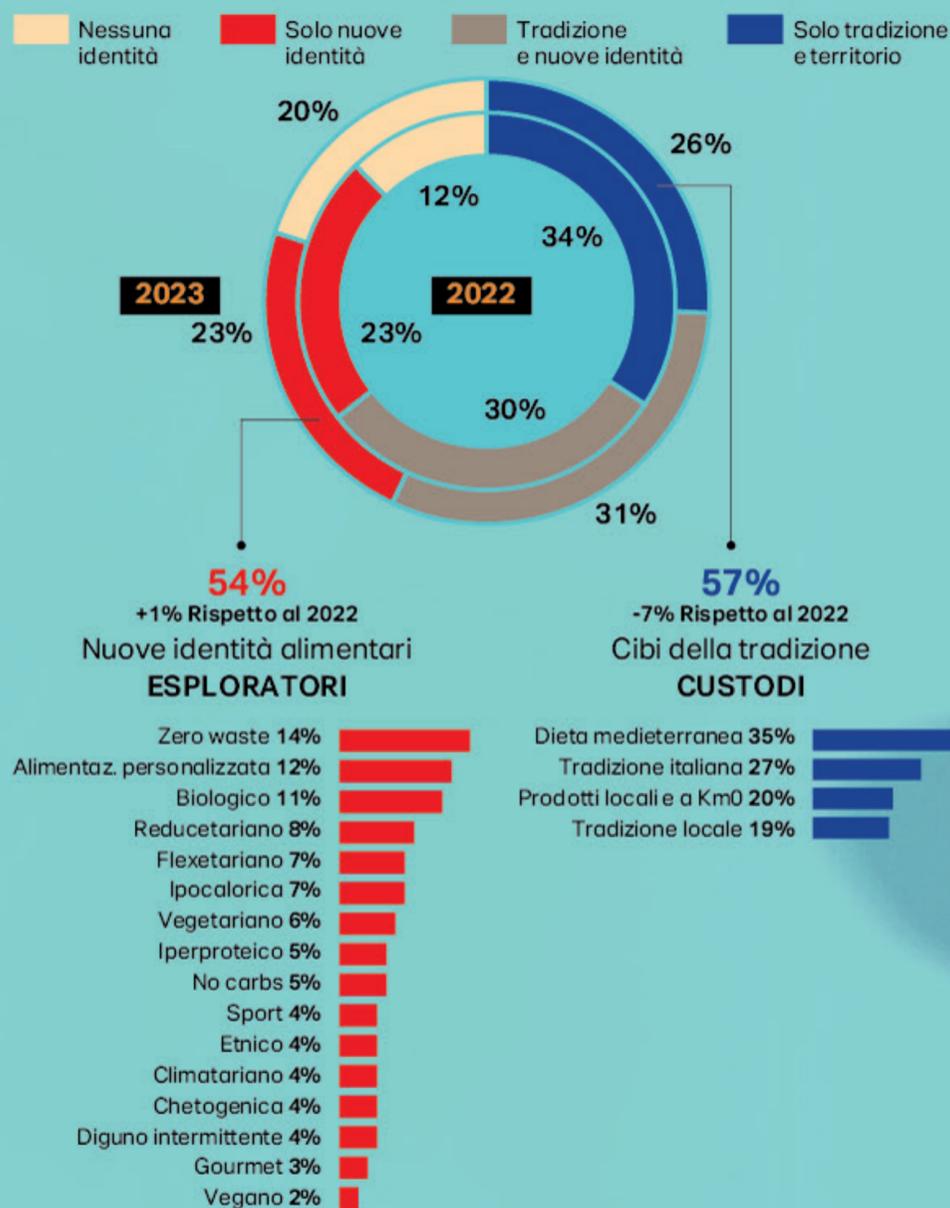
LE PREVISIONI NON SONO ROSEE NEANCHE PER IL 2024

(Quale sarà la variazione su base annua delle vendite di beni di largo consumo nella GDO?, Totale campione Manager Food & Beverage)

Nel 2023 rispetto al 2022	➔	-2,0%
Nel 2024 rispetto al 2023	➔	-0,5%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

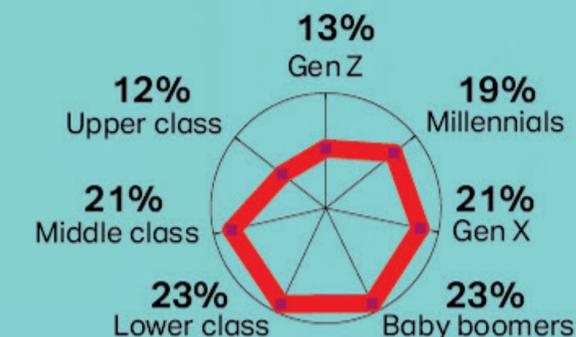
LE DIFFICOLTÀ ANNULLANO GLI STILI ALIMENTARI
(Oggi quale dei seguenti stili alimentari la rappresenta di più?,
Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

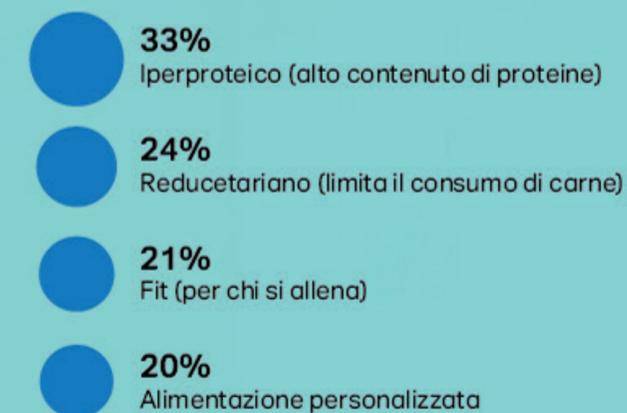


BABY BOOMERS E LOWER CLASS I PIÙ LONTANI DA UN'IDENTITÀ ALIMENTARE
(Non si sente rappresentato da nessuno stile alimentare, Valori percentuali, Totale campione)



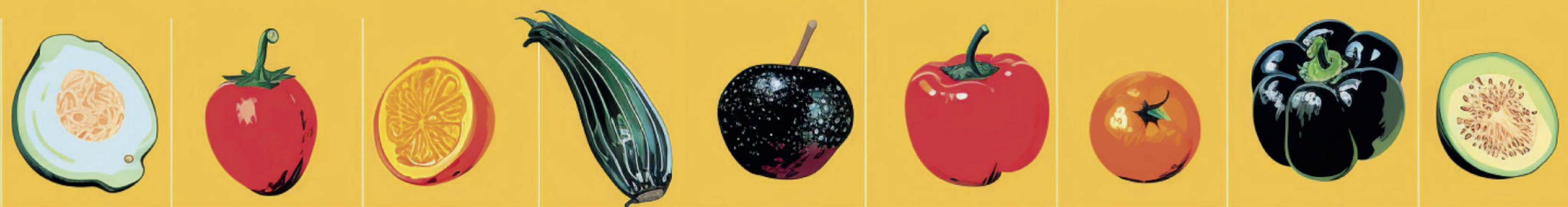
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

IPERPROTEICO E REDUCETARIANO GLI STILI ALIMENTARI INNOVATIVI DEL FUTURO
(Quali stili alimentari si affermeranno più di altri nei prossimi 12/18 mesi? Valori percentuali, TOP 5, Totale campione Manager Food & Beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

Il triste declino dell'identità alimentare



CROLLA IL MITO MEDITERRANEO DI FRUTTA E VERDURA NELLA DIETA

(Vendite a volume e prezzo medio, Valori indice 2021=100)



Nel 2023* rispetto al 2021 gli italiani consumeranno **-909.723 ton** di frutta e verdura in meno

*Proiezione fine anno: consolidato gen-mag e stima giu-dic
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati CSO

AUMENTA IL PESO DI SUPERMERCATI E DISCOUNT NELLE VENDITE DI ORTOFRUTTA

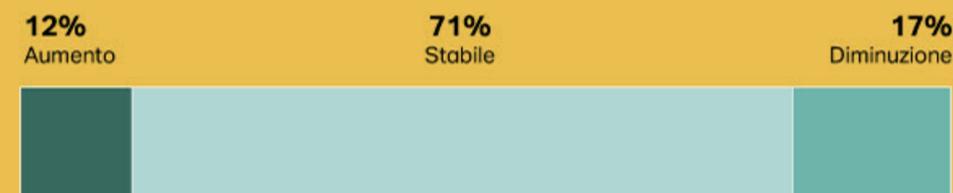
(Distribuzione vendite a volume per canale, 2021, 2023*)

Canale	2021	2023*
Ipermercati	11%	10%
Supermercati	42%	47%
Discount	17%	19%
Superette/Liberi servizi	2%	2%
Mercati ambulanti	11%	8%
Fruttivendoli/Specializzati	12%	10%
Dettagli tradizionale	0%	0%
Altro	5%	4%

*Proiezione fine anno: consolidato gen-mag e stima giu-dic
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati CSO

GLI ITALIANI PREVEDONO ANCORA TAGLI SU FRUTTA E VERDURA

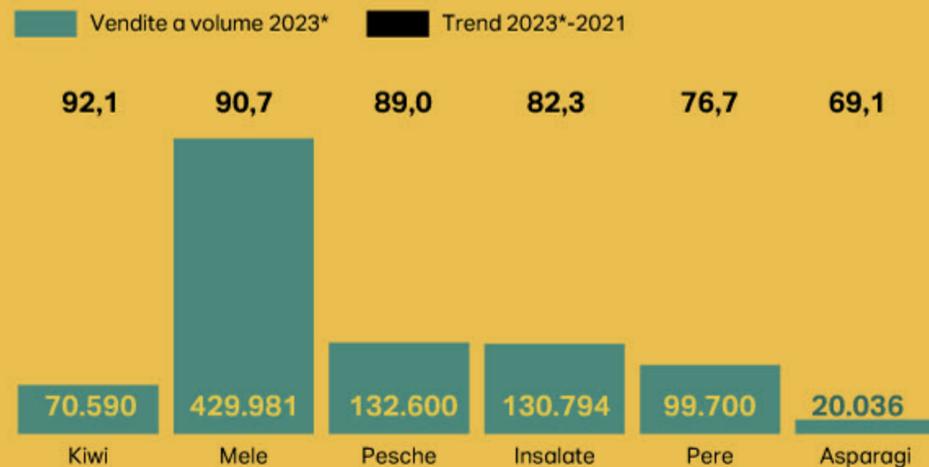
(In particolare, nei prossimi 12/18 mesi rispetto ad oggi come cambieranno i suoi consumi - in termini di quantità consumate - di frutta e verdura?, Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's up" Consumer Survey, agosto 2023

RESISTONO MELE E KIWI, CROLLA TUTTO IL RESTO

(Vendite a volume in ton e Valori indice 2021=100, AT mag, 2021, 2023)

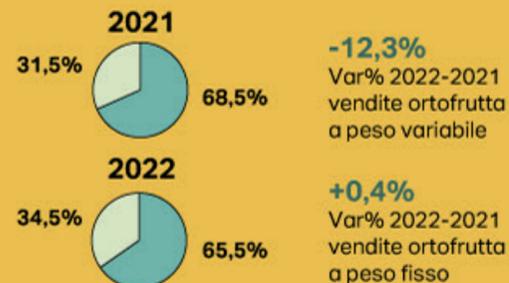


*Proiezione fine anno: consolidato gen-mag e stima giu-dic
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati CSO

PERDE QUOTA IL PESO VARIABILE

(Distribuzione vendite a volume peso variabile vs peso fisso, 2021, 2022)

■ Peso variabile
■ Peso fisso



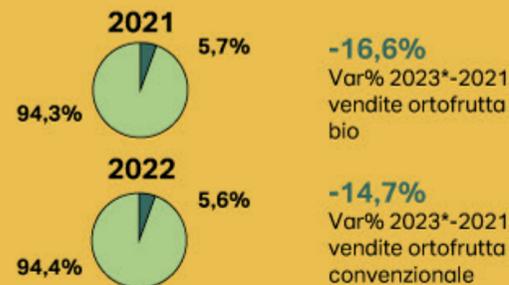
-12,3%
Var% 2022-2021 vendite ortofrutta a peso variabile

+0,4%
Var% 2022-2021 vendite ortofrutta a peso fisso

BIO ORMAI SEMPRE PIÙ SIMILE AL CONVENZIONALE (NELLE PERFORMANCE)

(Distribuzione vendite a volume bio vs non bio, gen-mag, 2021, 2023*)

■ Bio
■ Convenzionale



-16,6%
Var% 2023*-2021 vendite ortofrutta bio

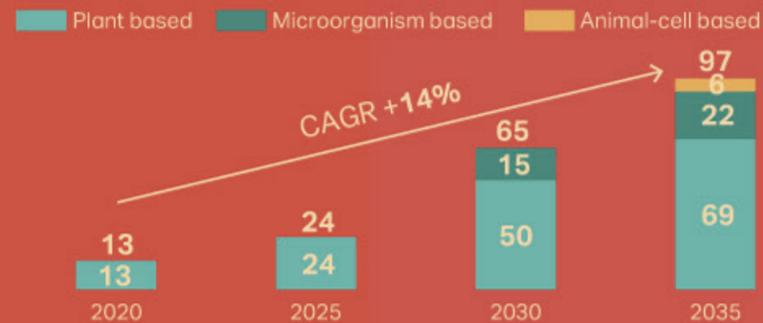
-14,7%
Var% 2023*-2021 vendite ortofrutta convenzionale

*Proiezione fine anno: consolidato gen-mag e stima giu-dic
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati CSO

Ortofrutta, meno colorata la tavola degli italiani

LE PROTEINE ALTERNATIVE, NUOVA FRONTIERA DEI CONSUMI ALIMENTARI

(Consumo globale di proteine alternative, Milioni di tonnellate)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Boston Consulting Group

VEG E CON CARNE-NON-CARNE LA TAVOLA ITALIANA DEL 2035

(Secondo lei, quali nuovi cibi compariranno sulla sua tavola nei prossimi 10 anni? TOP 5 prodotti, Valori percentuali, Totale campione)

- 31% Prodotti a base vegetale con il sapore di carne
- 29% Prodotti a base di farina di insetti
- 28% Carne coltivata/in vitro
- 20% Prodotti a base alghe
- 18% Prodotti a base di semi iperproteici

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023



CRESCERE IL PLANT BASED IN ITALIA

(Vendite di prodotti plant based in Italia, Valori assoluti e Var% 2022 vs 2021)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati GFI Europe

IL VEGGIE BATTE IL VITRO (PER ORA)

(Se dovesse scegliere di acquistare almeno uno tra i seguenti prodotti, quale sceglierebbe? Valori percentuali, Totale campione)



* Prodotta in laboratorio, coltivata in vitro

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

La frontiera del new-meat

La leadership dell'MDD nel carrello



TRACCIABILITÀ E VALORI PREMIANO LA MDD
(Valori percentuali, Totale campione)

55%
Italiani convinti che la MDD sia attenta ai temi legati all'ambiente e alla sostenibilità

51%
Ritiene che la MDD sia attenta ai temi etici e sociali

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati The European House Ambrosetti

IL PRODOTTO A MARCHIO CRESCE IN QUASI TUTTI I CANALI

(Quota delle vendite a valore di Marche del Distributore per formato, Giugno 2023 e variazioni su base annua)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Circana

LA MARCA DEL DISTRIBUTORE PROSSIMO DRIVER DI SCELTA DEL SUPERMERCATO?
(Valori percentuali, Totale Campione)

83%

Consumatori che acquistano o acquisteranno prodotti a marca del distributore per far fronte all'aumento dei prezzi di cibi e bevande

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Circana

75%

Manager Food&Beverage che ritengono che i prodotti a marchio del distributore avranno le migliori performance di vendita nella GDO in termini di volumi

LA MARCA DEL DISTRIBUTORE HA SEMPRE PIÙ SPAZIO ALL'INTERNO DEL CARRELLO DELLA SPESA
(Vendite a valore LCC, Variazione su base annua)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Circana

IL DISCOUNT REGISTRA LA MAGGIORE CADUTA DEI VOLUMI NEL LCC

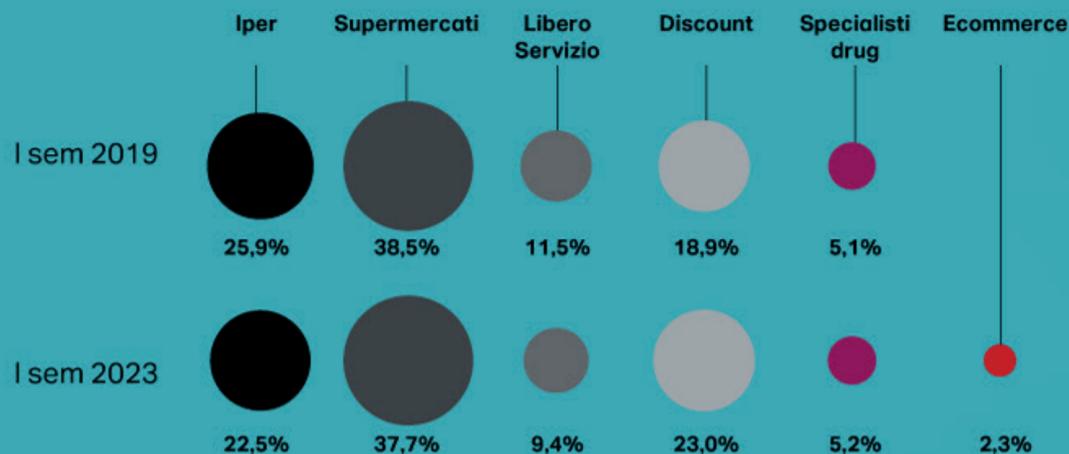
(Vendite a valore e a prezzi costanti, LCC, Omnichannel, Variazione I sem 2023 vs I sem 2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

IN QUATTRO ANNI LA QUOTA DI MERCATO DEL DISCOUNT CRESCE DI 4,1 PUNTI

(Vendite a valore LCC, Valori percentuali, I sem 2019, I sem 2023)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

8 ITALIANI SU 10 SPINGERANNO MAGGIORMENTE SUL DISCOUNT PER MITIGARE L'EFFETTO DELL'INFLAZIONE

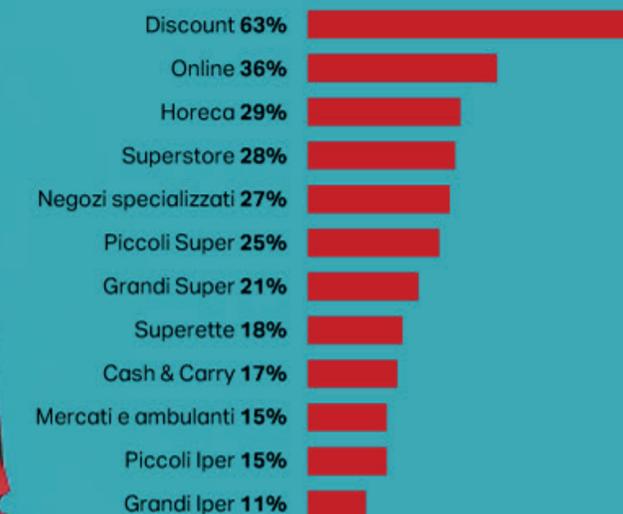
81%

Italiani che nei prossimi 12/18 mesi aumenterà / inizierà ad acquistare presso il discount

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

GLI ESPERTI CONCORDI SU ORIZZONTI PROMETTENTI PER IL CANALE

(Canali per i quali i Manager Food & Beverage prevedono una crescita migliore rispetto all'andamento medio del mercato nei prossimi 12/18 mesi, Valori percentuali)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

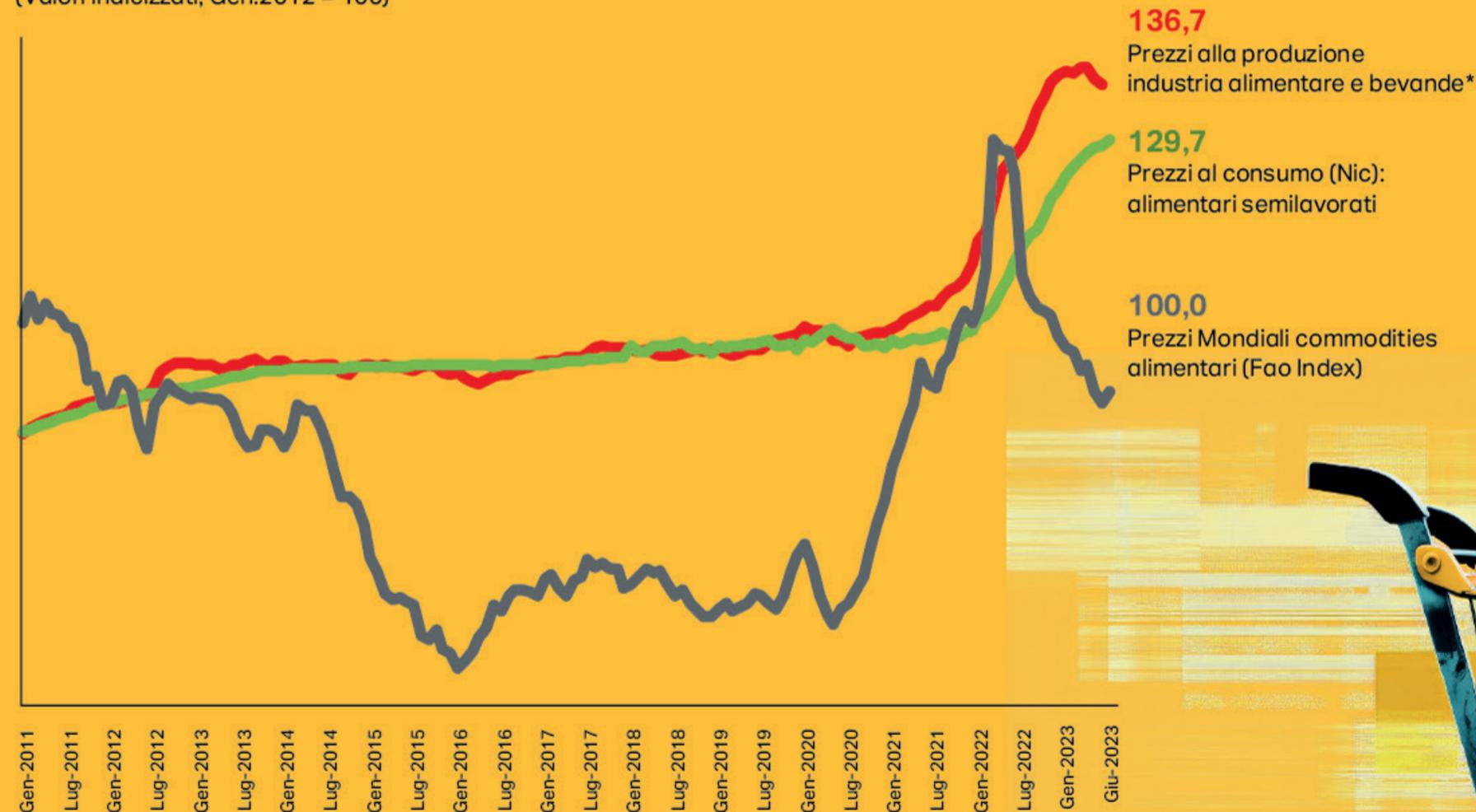
Discount über alles



Beni alimentari, continuano a crescere i prezzi dell'industria

PREZZI AL CONSUMO ANCORA IN RITARDO SU QUELLI ALLA PRODUZIONE

(Valori indicizzati, Gen.2012 = 100)



*Mercato interno
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Fao e Istat

PER CARNE E PESCE LE MAGGIORI DIFFERENZE TRA INDUSTRIA E CONSUMO

(Prezzi alla produzione industria alimentare e bevande e Prezzi al consumo (Nic) alimentari semilavorati, Var% Giu 2023 vs Giu 2020)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat

INFLAZIONE IN CALO NEL 2024

(Previsioni su andamento dei Prezzi LCC al consumo nella GDO*, Variazioni percentuali)

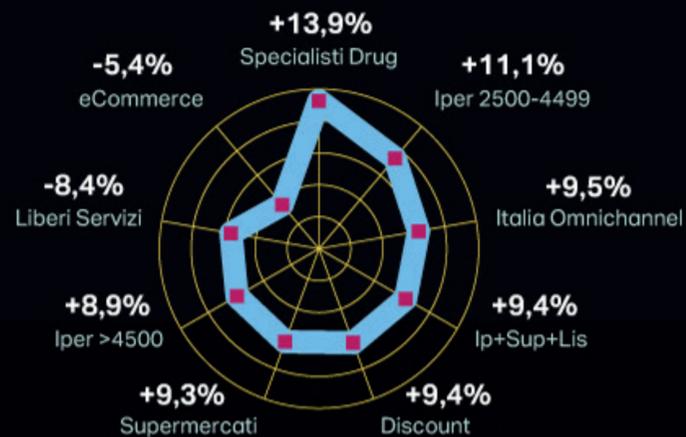
+11,0% 2023 su 2022 **+4,0%** 2024 su 2023

*Grocery + Fresco peso fisso e variabile + detergenza
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023 e NielsenIQ



L'INFLAZIONE TRASCINA IL FATTURATO DELLA GDO

(Fatturato per canale di vendita, Var% Prog Giu 2023 vs Giu 2022)



Reshaping food chain

Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

PERSISTE LA RIDUZIONE DELLE OFFERTE PROMOZIONALI IN GDO

(Intensità promozionale, Valori percentuali sul totale vendite)



Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati NielsenIQ

STRATEGIE VINCENTI PER RIMANERE COMPETITIVI

(Quali leve strategiche ritiene saranno maggiormente efficaci per le imprese della filiera alimentare? Valori percentuali, Totale campione Manager Food & Beverage)

Industria - Top5

Introdurre innovazioni di prodotto	41%
Rivedere le politiche di approvvigionamento di materie prime e/o prodotti finiti	20%
Riduzione dei costi	20%
Sperimentare nuovi formati e/o canali di vendita	15%
Promuovere processi di acquisizioni / fusioni con altre aziende	14%

Distribuzione - Top5

Investire nella marca del distributore	25%
Migliorare il posizionamento di prezzo a scaffale / dei listini	15%
Introdurre innovazioni di prodotto	13%
Sperimentare nuovi formati e/o canali di vendita	10%
Rivedere le politiche di approvvigionamento di materie prime e/o prodotti finiti	8%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023