



UFFICIO STAMPA

**Se il 2014 è stato l'anno della "ripresa che non c'è stata", il 2015 sarà se non altro quello della "luce in fondo al tunnel". Le famiglie italiane allenteranno, seppur di poco, la cinghia, il recupero benchè lieve del Pil quantificabile in un + 0,5% consentirà un minimo di sollievo e i consumi delle famiglie che già nel 2014 hanno smesso di cadere (+0,3%) mostreranno nel 2015 qualche segno positivo: in totale un +0,7%. Al fianco di smartphone e tablet ancora in crescita (+5%) riprenderanno vita soprattutto i consumi di sostituzione per i beni durevoli (i grandi elettrodomestici +1,2%, ma anche l'auto +2,5%), il mercato immobiliare potrà godere di una lieve ripresa delle compravendite. Attesa una ulteriore crescita per i servizi per la persona (tempo libero +2,7%, sanità (+2,1%), area benessere (+2,0%). Stagnante o con margini di recupero limitati è invece il comparto dell'alimentare dove tra il 2006 e il 2014 si è tornati indietro di ben 12 punti percentuali e proiettandosi verso il 2016 le cose non sembrano affatto migliorare : la spesa risulta ancora inferiore di quasi 20 miliardi rispetto ai livelli di dieci anni prima.**

**Ancora troppe le variabili (tra cui l'andamento ancora preoccupante della disoccupazione e il conseguente degrado sociale) per decretare la fine della crisi nel nostro Paese, ma spira comunque aria di cauto ottimismo.**

**Buio pesto invece sulle vendite natalizie della grande distribuzione. Le prime stime parziali di Coop su dati Nielsen parlano di una riduzione degli acquisti che ha superato in dicembre i 2 punti percentuali.**

**E' ancora boom dell'eCommerce con una crescita nella stagione natalizia stimabile in quasi il 30% e la possibilità di triplicare a quota 40 miliardi nell'arco di un quinquennio.**

**Sono i dati e le previsioni di Coop, la prima catena della grande distribuzione in Italia all'indomani delle festività desumibili dal Rapporto Coop "Consumi e distribuzione" redatto in collaborazione con Ref Ricerche e Nielsen, ora in versione completa dopo l'anteprima digitale dello scorso settembre.**

La ripresa non c'è stata e non ci sarà nemmeno nel 2015, ma la luce in fondo al tunnel gli italiani inizieranno a vederla. Ottavo anno dall'inizio della crisi, il 2015 presenta più opportunità che rischi e se il 2014 si chiude con una flessione del Pil quantificabile in un -0,4%, l'anno alle porte si apre su uno scenario di cauto ottimismo. Variazione positiva del Pil (+0,5%) spinta da un rafforzamento dei consumi delle famiglie (+0,7) e dal contributo delle esportazioni ma ancora frenata dal contributo pressoché nullo degli investimenti e dalla spesa pubblica tuttora in contrazione. Giocano a favore di questa possibile inversione di tendenza una politica del bilancio pubblico dopo anni un po' meno restrittiva e soprattutto la discesa dell'inflazione e il conseguente incremento del potere d'acquisto delle famiglie dovuto soprattutto alla recente contrazione del prezzo del petrolio. Sono i dati e le previsioni di Coop, la prima catena della grande distribuzione in Italia all'indomani delle festività desumibili dal Rapporto Coop redatto in collaborazione con Ref Ricerche e Nielsen, ora in versione completa dopo l'anteprima digitale dello scorso settembre.

La cinghia tenuta stretta a lungo inizia a allentarsi seppur di poco e, trainati da una lieve ripresa dei redditi delle famiglie nel 2015, dovrebbero tornare finalmente positivi anche i consumi che con una minima variazione positiva stimabile in un +0,7% farebbero comunque segnare il miglior risultato degli ultimi 5 anni. Non c'è da gridare al miracolo perché continuano a gravare sulle famiglie preoccupazioni di non poco conto, a partire dal dramma disoccupazione (reale o temuta) che ferisce le pensioni agli acquisti; è vero

d'altronde che alcuni non sono più procrastinabili e infatti dall'aggregato emerge il recupero dei beni durevoli rimandati sine die e il cui rinnovo è diventato impellente (è il caso dei grandi elettrodomestici +1,2%, ma anche l'auto +2,5%), prosegue il trend favorevole dei prodotti legati alla connettività mobile (smartphone, tablet ed altri wearable device), anche se il vero vincitore sarà ancora nel 2015 e negli anni a venire il mondo dell'online: l'eCommerce fa segnare nella stagione natalizia una crescita stimabile in quasi il 30% e dai 14 miliardi del 2014 è atteso triplicare nel prossimo quinquennio oltre quota 40 miliardi annui.

In fondo alla classifica dei consumi restano i carburanti (ancora in contrazione nel 2015 del -2,0%) l'abbigliamento e l'alimentare. La spesa degli italiani per il cibo tra il 2006 e il 2014 è purtroppo arretrata di ben 12 punti percentuali e proiettandosi verso il 2016 le cose non sembrano affatto migliorare: i consumi risultano in termini reali ancora inferiori di quasi 20 miliardi rispetto ai livelli di dieci anni prima. Nel 2015 si rafforzeranno gli stili alimentari emergenti: le diete bio, veg, gluten free e per le intolleranze alimentari faranno comunque segnare incrementi a due cifre.

Nell'alimentare gli italiani in questo clima di austerità hanno maturato una eccezionale capacità di innovazione che consente loro di rivoluzionare il carrello della spesa e di difendere il proprio livello di consumi pur continuando a risparmiare. Essi si giovano di un mercato retail sempre più ricco di opportunità dove al fianco della Gdo si riqualificano gli operatori tradizionali, si affermano soprattutto i nuovi specializzati (chimico, bio, surgelati, specialties alimentari) e crescono le nuove forme di approvvigionamento nostore (autoproduzione, gruppi d'acquisto, vendita diretta, eCommerce, ecc.).

Anche per queste ragioni le vendite della Gdo fanno segnare a Natale una ulteriore battuta d'arresto (riduzione superiore ai 2 punti percentuali in dicembre) e chiudono l'anno con una variazione negativa intorno all'1%. Per la Gdo si chiude uno degli anni peggiori in termini di fatturato ma le previsioni 2015 sembrano segnare una lieve inversione di tendenza (+0,4%) che privilegerà soprattutto i freschi, i punti vendita di dimensioni medio-grandi e ancora una volta i discount.

“Il recupero del reddito disponibile reale a disposizione delle famiglie è il dato significativo su cui si chiude il 2014 e si apre il 2015 –sostiene **Albino Russo**, responsabile dell'Ufficio Studi Economici di Ancc-Coop (l'Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumatori) che cura il rapporto annuale “Consumi e distribuzione”- ed è frutto di diverse azioni: sicuramente la politica fiscale meno restrittiva varata dal Governo (il bonus fiscale, la possibilità di trattenere in busta paga l'accantonamento di fine rapporto) ma anche gli effetti della minore inflazione e il crollo del prezzo del petrolio. E' altrettanto significativo però che a fronte di un aumento dei redditi reali non si registri un più robusto aumento dei consumi. L'Italia è un paese vecchio e immobile, che potrà tornare a guardare con fiducia al futuro solo quando i redditi e la ricchezza smetteranno di essere ostaggio di quanti non trovano motivo di spenderli e potranno invece essere utili ai progetti di vita delle nuove generazioni fin qui frustrati da questa lunghissima recessione”.

## Italia - Quadro macroeconomico Previsioni Rapporto Coop 2014

(Var. % medie annue a prezzi costanti)

	2011	2012	2013	Previsioni	
				2014	2015
Prodotto interno lordo	0,5	-2,5	-1,9	-0,4	0,5
Spesa delle famiglie residenti	-0,3	-4,2	-2,7	0,3	0,7
Esportazioni	6,2	2,0	0,9	1,9	2,4
Prezzi al consumo	2,8	3,0	1,2	0,2	0,4
Tasso di disoccupazione	8,4	10,7	12,2	12,8	12,9
<i>( in % del Pil)</i>					
Saldo partite correnti	-3,1	-0,6	0,9	1,5	1,8
Indebitamento netto	-3,8	-3,0	-2,8	-3,0	-2,8
Indebitamento netto al spesa interessi	1,2	2,5	2,0	1,7	1,7
Debito P.A. definizione Ue	120,6	127,0	127,9	131,8	133,4

Fonte: Elaborazioni Ref Ricerche per Ancc-Coop

## I consumi degli italiani Previsioni Rapporto Coop 2014

(var % medie annue a prezzi costanti)

	2008- 2010	2011- 2013	2014- 2016	2013	Previsioni		
					2014	2015	2016
Alimentari, e bevande non alcoliche	-1,9	-2,7	0,3	-3,5	0,2	0,4	0,4
Bevande alcoliche, tabacco	-2,8	0,0	0,3	-4,0	0,2	0,0	0,8
Vestiario e calzature	-0,3	-3,9	0,4	-5,2	0,1	0,5	0,6
Abitazione	0,9	0,2	0,9	0,2	0,7	1,0	1,0
Mobili el.domestici e manut. casa	-1,9	-3,2	0,6	-3,8	-0,2	0,9	1,0
Sanità	-0,2	-2,9	0,4	-5,2	0,0	0,6	0,7
Trasporti	-3,3	-5,7	-0,1	-3,4	-0,7	0,1	0,2
Comunicazioni	1,5	-1,8	1,2	-3,4	0,5	1,5	1,7
Ricreazione e cultura	1,2	-2,0	1,4	-4,1	1,0	1,5	1,6
Istruzione	-0,8	-2,2	0,1	-2,1	-0,1	0,2	0,3
Alberghi e ristoranti	0,0	-1,0	0,7	-2,0	0,4	0,8	0,9
Beni e servizi vari	-0,8	-1,7	1,1	-2,7	0,9	1,2	1,2

Fonte: Elaborazioni Ref Ricerche per Ancc-Coop

## I consumi degli italiani Previsioni Rapporto Coop 2014

(var % medie annue a prezzi costanti)

### I CONSUMI CHE CRESCERANNO DI PIU' NEL 2015

	2008- 2010	2011- 2013	2014- 2016	2013	Previsioni		
					2014	2015	2016
Telefoni ed equipaggiamento telefonico	13,2	7,3	4,7	-1,8	3,8	5,0	5,3
Audiovisivi, foto, computer ed accessori	4,7	0,6	3,9	-2,2	3,3	4,1	4,3
Servizi ricreativi e culturali	4,8	0,4	2,6	-2,4	2,4	2,7	2,8
Acquisto mezzi di trasporto	-6,1	-15,0	1,9	-9,0	0,4	2,5	2,7
Servizi ospedalieri	5,1	0,6	1,9	-5,8	1,5	2,1	2,2
Barbieri, parrucchieri altri servizi persona	1,4	0,5	1,9	-3,0	1,6	2,0	2,1
Servizi domestici e per l'igiene della casa	0,2	2,7	1,8	1,2	1,3	2,0	2,0
Piccoli elettrodomestici	-3,7	-0,8	1,7	-4,1	1,2	1,8	2,0
Altri articoli ricreativi ed equipaggiamento	1,8	-2,1	1,6	-3,8	1,4	1,7	1,8
Servizi finanziari	-5,1	-2,2	1,6	-0,2	1,6	1,6	1,5
Fitti imputati	1,2	1,5	1,5	0,8	1,3	1,6	1,6
Grandi Elettrodomestici	-2,8	-3,0	1,1	-8,2	0,6	1,2	1,4
Servizi sociali	-5,1	-7,1	1,1	-4,9	0,9	1,2	1,3
Prodotti per la cura della persona	1,4	0,4	1,0	-2,6	0,8	1,1	1,2
Servizi di trasporto	-0,2	-1,2	0,9	-1,9	0,6	1,0	1,1

### I CONSUMI CHE CRESCERANNO DI MENO NEL 2015

	2008- 2010	2011- 2013	2014- 2016	2013	Previsioni		
					2014	2015	2016
Giornali, ed articoli di cancelleria	-6,4	-9,6	-3,0	-9,0	-3,4	-2,8	-2,7
Altri beni durevoli ricreazione e cultura	-5,8	-8,9	-2,7	-1,2	-3,3	-2,6	-2,4
Servizi postali	-7,6	-8,2	-2,3	-12,1	-2,7	-2,2	-2,1
Combustibili e lubrificanti	-3,2	-5,9	-2,1	-4,1	-2,5	-2,0	-1,9
Libri	-3,0	-3,6	-1,6	-1,6	-1,9	-1,5	-1,4
Tessuti per la casa	2,2	-7,7	-1,0	-8,3	-1,3	-0,9	-0,8
Utensili per la casa ed il giardino	0,2	-5,8	-0,7	0,5	-1,5	-0,4	-0,2
Cristalleria, ed utensili per la casa	-2,3	-7,3	-0,5	-10,3	-1,0	-0,4	-0,2
Bevande alcoliche	-3,1	-1,7	-0,5	-3,4	-1,0	-0,2	-0,2
Calzature	-4,4	-2,9	-0,3	-4,9	-0,6	-0,2	0,0
Servizi ambulatoriali	-0,3	-5,8	-0,4	-7,8	-1,0	-0,1	0,0
Tabacchi	-2,7	0,5	0,5	-4,2	0,5	0,0	1,0
Energia elettrica, gas ed altri combustibili	0,4	-3,6	0,0	-1,3	-0,3	0,1	0,2
Acqua e altri servizi per l'abitazione	-0,1	0,3	0,0	-1,5	-0,1	0,1	0,2
Vacanze tutto compreso	-0,1	-1,8	0,0	-4,0	-0,3	0,1	0,2

Fonte: Elaborazioni Ref Ricerche per Ancc-Coop

## Le vendite della Gdo italiana Previsioni Rapporto Coop 2013

Variazioni. % a valore rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente  
LCC + Fresco a peso variabile + No food

<b>Fatturato totale</b>		<b>Media 2012</b>	<b>Media 2013</b>	<b>gen-ott 2014</b>	<b>2015(*)</b>
<b>Distribuzione Moderna</b>		<b>0.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.8</b>	<b>0.4</b>
di cui:	Ipermercati	-0.3	-1.0	-1.2	-0.7
	Supermercati	0.7	0.5	-0.7	0.5
	Libero Servizio	-4.1	-8.0	-4.1	-2.2
	Discount	5.8	8.7	2.3	1.8
	Specialisti drug	1.7	4.6	3.8	2.5
di cui:	LCC	0.5	-0.2	-0.2	0.5
	Fresco a peso variabile	0.3	-0.3	-2.0	1.5
	Non Food	-5.0	-3.5	-3.6	-3.0
<b>LCC</b>		<b>Media 2012</b>	<b>Media 2013</b>	<b>gen-ott 2014</b>	<b>2015(*)</b>
<b>Fatturato</b>		<b>0.5</b>	<b>-0.2</b>	<b>-0.2</b>	<b>0.5</b>
di cui:	Inflazione	3.4	2.2	1.3	0.7
	Volumi	-1.1	-0.6	-0.5	0.3
	Mix	-1.8	-1.8	-1.0	-0.5
	Pressione promo (%)	27.4	28.7	29.3	28.9

(\*) Previsioni

Fonte: AC Nielsen per i consuntivi. REF Ricerche per le previsioni

Roma, 5 gennaio 2015

Per informazioni:

Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop  
Tel. 06 441811 – [silvia.mastagni@ancc.coop.it](mailto:silvia.mastagni@ancc.coop.it)