

UFFICIO STAMPA

Alla “speranza”, parola chiave del 2016 e del 2017, gli italiani affiancano per il 2018 più concrete sensazioni di “benessere” e “soddisfazione”. La “ripresa” si consolida nel vissuto dei nostri concittadini, tira aria di novità e di cambiamento. Gira al meglio l’umore degli italiani per il 2018 almeno stando alla fotografia scattata con il sondaggio di fine anno Coop-Nomisma e le previsioni sui consumi del “Rapporto Coop”. Scendono in picchiata le parole dalla connotazione negativa che gli italiani associano all’anno appena iniziato; il timore crolla di quasi 6 punti percentuali (lo indicava come parola chiave nel 2017 oltre il 10% del campione, ora non arriva al 5%), sorte analoga per il termine crisi (-3 punti percentuali). Si affidano al cambiamento i più giovani e vedono decisamente rosa gli over 50. Credono nella ripresa maggiormente gli abitanti del Mezzogiorno.

L’ottimismo tocca le intenzioni di spesa che tra il 2017 e il 2018 volgono tutte in segno positivo. Al top i soliti oggetti dei desideri: i viaggi (il 23,3% spenderà di più) e lo smartphone (il 64% prevede in crescita il budget destinato), ma ritornano voci evergreen degli italiani come l’arredamento, la ristrutturazione della casa e ancora investimenti per il tempo libero e la cura di sé (abbonamenti a teatro, stadio, pay tv fino al ricorso alla chirurgia estetica).

E se il 2017 è stato per i consumi un anno migliore delle attese sfiorando l’1,5%, sono buoni gli auspici anche per il 2018 grazie a un aumento del potere d’acquisto delle famiglie che dovrebbe raggiungere ritmi di crescita prossimi all’1%. Un bicchiere mezzo pieno che toccherà stando alle previsioni più i comparti dell’audiovisivo, computer e accessori (+ 8,5% nel 2018), telefoni e equipaggiamento (+7,8%) e solo in parte l’alimentare (+ 2,1%).

Stando poi alla distribuzione moderna l’andamento sarà ancora positivo (+1%) ma più che dimezzato nei ritmi di marcia rispetto al 2017, anno contrassegnato da un eccezionale effetto climatico.

Intanto l’anno si è chiuso con un boom di vendite sotto l’albero e la settimana di Natale fa registrare un +15,6% (iper + super dati Nielsen per Coop) rispetto alla stessa settimana di un anno fa. Più carne che pesce, molta gastronomia e formaggi con un Centro Sud che guida la classifica degli acquisti (Campania in testa con un +16,2% seguita da Molise, Umbria, Puglia).

Nel 2016 e ancora nel 2017 la “speranza” era stata la parola chiave con cui gli italiani avevano etichettato l’anno in arrivo, il 2018 nasce invece sotto il segno del “benessere”, termine più concreto su cui gli italiani sembrano concentrare le aspettative. La “ripresa”, annunciata già un anno fa, intanto si consolida, tira aria di “novità” e finanche “soddisfazione”. Gira al meglio l’umore degli italiani per il 2018 almeno stando alla fotografia scattata con il sondaggio di fine anno Coop-Nomisma e le previsioni sui consumi del “Rapporto Coop” redatto dall’Ufficio Studi di Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori) con la collaborazione scientifica di REF Ricerche, il supporto d’analisi di Nielsen, e i contributi originali di Iri Information Resources, GFK, Demos, Nomisma e Pwc, Ufficio Studi Mediobanca, Crif e BeMyEyecon la collaborazione scientifica di Ref. Ora in versione completa dopo l’anteprima digitale dello scorso settembre.

Tra le parole con cui gli italiani descrivono l'anno che è appena iniziato scendono di molto i termini dalla connotazione negativa quali "timore" e "crisi" (altre due parole d'ordine del 2017 indicate rispettivamente da oltre il 10% e il 7,6% del campione, ora entrambe intorno al 4,5% e il confronto è ancora più impietoso con i dati raccolti appena 2 anni fa a fine 2016 quando di luci in fondo al tunnel se ne vedevano davvero poche). Se ne avvantaggiano voci quali appunto "ripresa" (15,4%), "cambiamento" (15,1%), "benessere" (10,3%), "novità" (7,9%). A crederci di più gli over 50 rispetto a generazioni più giovani ma evidentemente meno appagate. E il Mezzogiorno a fare da pioniere della "ripresa" (parola che qui arriva al 18%).

Che ottimismo sia lo dimostrano anche le intenzioni di spesa 2018 rispetto al 2017. Tutte le voci figurano al rialzo e sono soprattutto i segmenti dedicati al tempo libero, ai viaggi, al piacere personale a farla da padrone. Ritorna anche la vecchia passione degli italiani per la casa e dunque aumento di spesa per arredamento, ristrutturazioni, grandi elettrodomestici. Consapevolmente poi gli italiani mettono tra le voci di spesa in aumento anche bollette, utenze e servizi sanitari.

Già il 2017 d'altronde si era rivelato migliore rispetto alle attese sul versante consumi sfiorando l'1,5% , buoni dunque gli auspici anche per il 2018 grazie a un aumento del potere d'acquisto delle famiglie che dovrebbe raggiungere ritmi di crescita prossimi all'1%. Un bicchiere mezzo pieno che toccherà stando alle previsioni più i comparti dell'audiovisivo, computer e accessori (+ 8,5% nel 2018), telefoni e equipaggiamento (+7,8%) e solo in parte l'alimentare (+ 2,1%).

Stando poi alla distribuzione moderna l'andamento sarà ancora positivo (+1%) ma dimezzato nei ritmi di marcia rispetto al 2017, anno contrassegnato da un eccezionale effetto climatico.

Buona performance prevista per il largo consumo confezionato (+1,3%), del fresco ortofrutticolo (+ 1,6%), continua viceversa a registrare un andamento negativo il no food (-3,7%). A livello territoriale, la tendenza attesa è quella che di una parziale inversione di tendenza rispetto al 2017: archiviata una fase in cui il Sud ha sovraperformato in confronto alla media nazionale, si osserva un incremento del fatturato più solido nel Nord Italia (+1,2% e +1,4% per le aree del Nord-Ovest e Nord Est).

Intanto l'anno si è chiuso con un boom di vendite sotto l'albero e la settimana di Natale ha fatto registrare un +15,6% (iper + super dati Nielsen per Coop) rispetto alla stessa settimana di un anno fa. Più carne che pesce, molta gastronomia e formaggi con un Centro Sud che guida ancora la classifica degli acquisti (Campania in testa con un +16,2% seguita da Molise, Umbria, Puglia). In controtendenza ma giustificato dall'effetto Natale anche il dato di un +9,7% segnato dai settori no food (giochi, elettronica etc).

INDAGINE ITALIANI.COOP - NOMISMA 2017

1.000 interviste su popolazione – metodologia Cawi – 15/21 dicembre 2017

**Per lei qual è l'aggettivo che meglio descrive l'anno che verrà
(%, Totale Campione)**

Aggettivo	2016	2017	2018	Var. 2016/18	Var. 2017/18
Speranza	33,8	32,5	21,4	-12,4	-11,1
Ripresa	12,2	7,6	15,4	+3,2	+7,8
Cambiamento	14,3	11,9	15,1	+0,8	+3,2
Benessere	1,6	4,4	10,3	+8,7	+5,9
Novità	2,8	5,0	7,9	+5,1	+2,9
Soddisfazione	0,7	3,1	7,3	+6,6	+4,2
Timore	14,2	10,4	4,6	-9,6	-5,8
Crisi	8,5	7,6	4,5	-4,0	-3,1
Risparmio	3,3	4,0	4,0	+0,7	=
Rinuncia	2,6	2,2	2,5	-0,1	+0,3
Indebitamento	3,3	2,0	1,2	-2,1	-0,8

**Rispetto al 2017, prevede che nel 2018 la sua spesa per ciascuna categoria sarà ...
(%, Totale Campione)**

Categorie	Inferiore	Uguale o quasi	Superiore	Non saprei	Totale
Viaggi e Vacanze	12,6	56,4	23,3	7,6	100,0
Bollette e utenze	6,3	66,9	22,3	4,5	100,0
Servizi sanitari e spese per la salute	7,2	62,4	20,6	9,8	100,0
Carburante / altri costi per il trasporto	7,7	69,2	18,0	5,0	100,0
Abbigliamento e calzature	10,9	71,2	14,3	3,6	100,0
Spettacoli e cultura	14,3	64,2	13,0	8,5	100,0
Cibo e bevande	5,3	79,7	11,8	3,2	100,0
Ristoranti e altri locali	16,7	67,0	11,3	5,0	100,0
Cura della persona	13,0	73,2	9,8	4,0	100,0

**Quali delle seguenti spese ha in programma di realizzare (per sé o la famiglia) nel 2018?
(%, Totale Campione)**

	Si, Forse	Si, Sicuramente	Totale Si
Smartphone/Tablet/Computer	49	15	64
Arredamento	46	13	59
Grandi elettrodomestici	41	12	53
Ristrutturare la casa in cui si vive	37	10	47
Abbonamento in palestra	27	13	40
Abbonamento a teatro, stadio ...	30	9	39
Abbonamento a Pay Tv	26	12	38
Auto (elettrica o ibrida)	26	5	31
Acquistare una nuova casa per se/famiglia/figli	19	6	25
Chirurgia Estetica	7	3	10

PREVISIONI RAPPORTO COOP 2017
ITALIA – QUADRO MACROECONOMICO

	Previsioni		
	2016	2017	2018
Variazioni % salvo diversa indicazione			
Prodotto interno lordo	0,9	1,5	1,3
Importazioni	2,9	5,0	4,5
Consumi finali nazionali	1,3	1,1	0,9
- spesa famiglie residenti	1,5	1,3	1,2
- spesa PA e ISP	0,6	0,6	0,4
Investimenti fissi lordi	2,8	1,9	4,1
Esportazioni	2,4	4,7	4,0
Prezzi al consumo [1]	-0,1	1,3	1,0
Tasso di disoccupazione	11,9	11,7	11,1
Dati in % del Pil			
Saldo partite correnti	2,8	2,8	2,7
Indebitamento netto	-2,5	-2,1	-2,0
Debito P.A.	132,0	131,8	130,9

(1) *Indice intera collettività nazionale*

Fonte: elaborazione REF Ricerche

PREVISIONI RAPPORTO COOP 2017 I CONSUMI DEGLI ITALIANI

(var. % medie annue a prezzi costanti)

	2011- 2013	2014- 2016	2017- 2019*	2016	2017	Previsioni	
						2018*	2019*
Alimentari e bevande non alcoliche	-2,4	0,6	0,4	0,9	0,5	0,5	0,3
Bevande alcoliche, tabacco, narcotici	-0,9	-0,2	-0,2	-1,0	0,0	-0,5	-0,1
Vestitario e calzature	-2,6	1,4	1,1	0,5	1,2	1,1	0,9
Abitazione	-0,1	0,3	0,5	1,2	0,6	0,5	0,4
Mobili elettrodomestici , manutenzione casa	-4,3	1,0	1,3	0,2	1,6	1,5	0,8
Sanità	-1,8	1,7	1,2	-0,9	1,3	1,2	1,0
Trasporti	-5,6	3,6	1,2	5,2	1,8	1,1	0,8
Comunicazioni	-0,1	2,6	1,7	-0,8	1,3	2,0	1,9
Ricreazione e cultura	-3,5	2,3	3,1	1,2	3,2	3,1	3,0
Istruzione	-1,9	-0,3	0,5	0,4	0,6	0,5	0,3
Alberghi e ristoranti	-0,6	2,1	2,0	2,9	2,1	2,0	1,8
Beni e servizi vari	-1,1	1,8	1,7	1,4	1,8	1,8	1,6

(*) Previsioni

Fonte: elaborazione REF Ricerche per Ancc-Coop

PREVISIONI RAPPORTO COOP 2017 LE VENDITE DELLA GDO ITALIANA

(valori correnti, var. % su periodo corrispondente all'anno precedente, totale = LCC+ Fresco a peso variabile + Non Food, rete corrente)

	Pesi	2012	2013	2014	2015	2016	Gen-Ott 2017	2018* Rete corr.
Fatturato Totale								
Distribuzione Moderna	100%	0,1	-0,3	-0,9	0,7	0,1	2,3	1,0
di cui - Nord Ovest	33%	0,3	-0,1	0,0	1,0	0,1	2,3	1,2
Nord Est	22%	-0,3	1,4	-0,1	1,0	0,6	2,6	1,4
Centro	25%	0,0	0,0	-1,6	-0,2	-0,3	1,8	0,3
Sud	20%	0,5	-2,9	-2,6	0,8	0,4	2,7	0,9
Ipermercati	28%	-0,3	-1,0	-1,3	0,0	-0,6	1,3	0,9
Supermercati	39%	0,7	0,5	-0,8	0,9	-0,1	3,9	1,5
Libero Servizio	11%	-4,1	-8,0	-3,6	-2,4	-5,1	-3,5	-2,8
Discount	17%	5,8	8,7	1,5	2,0	6,7	3,5	2,2
Specialisti drug	4%	1,7	4,6	7,5	10,9	3,6	6,1	3,5
Distribuzione Moderna	100%	-1,0	-0,4	-0,7	0,0	-0,4	2,7	1,0
di cui - LCC	65%	0,5	-0,2	-0,6	1,5	0,8	2,8	1,3
Fresco a peso variabile	26%	0,3	-0,3	-4,1	-0,9	-0,6	3,1	1,6
Non Food	8%	-5,0	-3,5	-4,2	-4,3	-2,8	-3,7	-3,4

(*) Previsioni

Fonte: REF Ricerche su dati Nielsen per i consuntivi, REF Ricerche su dati IRI per le previsioni per reparto e per area geografica, REF Ricerche su dati Nielsen per le previsioni per formato distributivo

VENDITE GDO A NATALE IN ITALIA
TREND VENDITE A VALORE CORRENTE
IPER + SUPER - PROGRESSIVO DICEMBRE 2017

Elaborazione Nielsen per Coop

PROGRESSIVO DICEMBRE 2017	+4,5
di cui	
WEEK 48	+1,5
WEEK 49	+0,8
WEEK 50	-0,2
WEEK 51 (SETTIMANA DI NATALE)	+15,6
di cui	
FRESCO	+14,2
<i>Formaggi</i>	<i>+14,3</i>
<i>Frutta e verdura</i>	<i>+13,1</i>
<i>Gastronomia</i>	<i>+15,6</i>
<i>Macelleria/salumeria</i>	<i>+16,7</i>
<i>Pane e pasticceria</i>	<i>+17,5</i>
<i>Pescheria</i>	<i>+6,3</i>
LARGO CONSUMO CONFEZIONATO	+17,2
<i>Bevande</i>	<i>+17,5</i>
<i>Cura casa</i>	<i>+12,3</i>
<i>Cura Persona</i>	<i>+13,7</i>
<i>Food Confezionato</i>	<i>+17,9</i>
<i>Freddo (gelati e surgelati)</i>	<i>+18,2</i>
<i>Fresco</i>	<i>+17,9</i>
<i>Pets</i>	<i>+14,5</i>
NO FOOD	+9,7
<i>Bazar Leggero</i>	<i>+8,9</i>
<i>Bazar pesante</i>	<i>+7,4</i>
<i>Tessile</i>	<i>+18,4</i>

La versione integrale delle tavole del sondaggio “L’anno che verrà” e le Previsioni 2018 sono visionabili e scaricabili su <http://www.italiani.coop>

Roma, 4 gennaio 2018