



UFFICIO STAMPA

Il 2019 inizia sotto il segno della speranza. E' ancora una volta la parola chiave scelta dagli italiani per connotare l'anno alle porte anche se la speranza da sola non basta più (nel 2016 la sceglieva il 34%, oggi il 19% del campione). Fanno da contraltare parole di rottura come "cambiamento" (dal 14% del 2016 al 16% del 2019), evapora il "timore" (sceso di 10 punti percentuali), si aspira al "benessere" (dal 2% del 2016 al 12% del 2019). Il vento dell'ottimismo interessa soprattutto gli under 35 e soffia più forte al Sud e nelle isole che si contrappongono a un Nord decisamente più scettico. L'Italia rimane comunque un Paese polarizzato e diviso stando alla fotografia scattata con il sondaggio di fine anno Coop Nomisma e le previsioni sui consumi 2019 del "Rapporto Coop" ora in versione completa dopo l'anteprima digitale di settembre. A un 27% convinto che nei prossimi 12 mesi l'economia accelererà si contrappone un altro 19% sicuro invece che l'Italia entrerà in recessione. Visioni opposte che si riverberano anche sulle prospettive dei consumi 2019. Cibo, viaggi e tecnologia rimangono sul podio, mentre si esaurisce il ciclo dell'auto e la casa rimane una pia intenzione di pochi.

In questo contesto il 2019 inizia denso di attese, ma anche di molte incognite. Decelerazione economica e contrazione dei salari reali da un lato provocheranno una variazione del Pil inferiore all' 1% (0,6%), mentre il potere d'acquisto delle famiglie potrebbe beneficiare delle attese nuove misure (soprattutto il reddito di cittadinanza) mantenendo un tasso di crescita prossimo all'1% con un ritmo superiore al Pil. Su ritmi di poco inferiori la crescita dei consumi, comunque in calo rispetto agli andamenti 2015-2017 quando i tassi erano compresi fra l' 1,5% e il 2%.

Nemmeno le ultime festività del resto hanno fatto gridare al miracolo. Contrariamente al Natale 2017 che fece chiudere l'anno con un boom (inatteso) di vendite, il mese di dicembre si mantiene sostanzialmente in linea con l'andamento piatto che ha caratterizzato le vendite della grande distribuzione nel corso del 2018 e che non si discosta da quel leggero incremento già registrato nella prima parte dell'anno (+0,4%). Peraltro ottenuto solo grazie all'ulteriore crescita dei discount.

Gli italiani ci provano ad essere ottimisti, nonostante tutto e tutti, benché la promessa tradita di una ripresa nel 2018 gravi sulle prospettive dei prossimi 12 mesi. Per il 2019 la prima parola che scelgono è ancora una volta "speranza" (19%), anche se la speranza da sola non basta più: infatti nel 2016 la sceglieva il 34%, il 33% nel 2017, il 21% nel 2018 e poi meno del 20% di oggi. Una parabola discendente a cui fanno da contraltare parole di rottura come "cambiamento", che passa dal 14% del 2016 al 16% del 2019, parole che sembrano scomparire dall'orizzonte degli italiani come "timore" (dal 14% del 2016 al 4% del 2019) o termini che rimandano alla ricerca di edonismo individuale come "benessere" (un salto di ben 10 punti percentuali, dal 2% del 2016 al 12% del 2019). Insomma, seppur sempre meno speranzosi gli italiani continuano a sentire forte il desiderio di miglioramento e di riscatto. A crederci di più gli under 35 che nel 16% dei casi prediligono tra le parole del 2019 la "novità", contro il 4% degli over 55, e che vanno in cerca di "soddisfazione", scelta dal 14% dei millennials, contro il 4% dei baby boomers. È questa la fotografia dell' "Italia che verrà" 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. PwC, Ufficio Studi Mediobanca. Ora in versione completa dopo l'anteprima digitale dello scorso settembre.

Certo l'Italia rimane un Paese polarizzato e diviso. Se un 27% è convinto che nei prossimi 12 mesi l'economia nazionale accelererà, un 19% è invece certo che l'Italia entrerà in recessione. Gli antieuropeisti sono una minoranza, il 7% è convinto che l'Italia uscirà dall'Euro, ma anche gli euro-appassionati non sono molti: solo il 14% crede in un rafforzamento dell'Unione. Il vento dell'ottimismo sulla presa di velocità dell'economia soffia più al Sud e nelle Isole, che si contrappongono a un Nord più scettico. E proprio dalla situazione economica del Paese gli italiani non sanno bene se aspettarsi un 2019 in cui dover fare economia o in cui concedersi qualche soddisfazione in più. La grande maggioranza è convinta che dovrà pagare di più bollette e utenze interessate dai rincari e il discorso è lo stesso per carburante e altri costi di trasporto (31% mentre era 18% nel 2018), servizi sanitari e spese per la salute (24%, era 21% l'anno scorso). Ma almeno per viaggi e smartphone non si accettano rinunce; così l'83% degli italiani dichiara di pensare di regalarsi un soggiorno o una visita da qualche parte (era l'84% nel 2018) e solo il 15% lo esclude (era il 14% nel 2018). Subito al secondo posto la tecnologia con lo smartphone (54% di favorevoli a questa spesa e un 30% che dichiara di non prevederla), i tablet e computer (ai quali pensano un 54% di italiani vs il 35% di chi dichiara di non prevederla), superati dai grandi elettrodomestici (54% vs 33%). Scartate nelle previsioni invece l'acquisto di una nuova casa (72% dei no contro il 22% dei sì), o dell'auto ibrida o elettrica (67% dei no vs 29% di sì) che vengono superate solo dalla chirurgia estetica (91% dei no contro l'8% dei sì).

E nel 2019 la tavola sembra riaffermare la propria centralità. Gli italiani sono convinti di spendere di più in tutte le voci dell'alimentare (pensano invece di investire meno nei capi di moda). Il 25% degli italiani è convinto che investirà di più nell'acquisto di prodotti a base di farina integrale, il 21% nei tradizionali e il 19% nei bio salutistici. In rallentamento invece i veg (il 45% degli italiani dichiara che o non lo consumerà affatto o ne ridurrà il consumo, solo l'11% in aumento), i senza glutine e lattosio (il 47% non li consumerà o li ridurrà, solo il 10% in aumento) e i senza sale (il 29% non lo consuma o lo diminuisce, solo il 13% in aumento). Un po' a sorpresa si assiste al recupero almeno nelle intenzioni dei ristoranti di cucina tipica e della tradizione (in aumento per il 19% degli italiani e in diminuzione per il 10) che surclassano i fast food (in aumento solo per il 10% degli italiani ma in diminuzione per il 21%), i ristoranti etnici (crescono per il 9% e diminuiscono per il 15%) e rallenta anche la crescita del food delivery. Nel tempo libero l'analogico batte il digitale e così più cinema (in aumento per il 22% degli italiani) più manifestazioni all'aperto (+19%), più lettura (+32%) e più attività sportiva (+34%).

L'anno dello zero virgola- E comunque, già anticipato dalla frenata della seconda metà del 2018, il 2019 si presenta come un anno incerto per l'economia italiana con elementi di fragilità che derivano sia dal contesto internazionale (un export non più così trainante) che dal quadro interno dove si vedranno le prime reazioni generate dalla nuova politica del nuovo governo. Decelerazione economica e contrazione dei salari reali da un lato provocheranno una variazione del Pil inferiore all'1% (0,6%), mentre il potere d'acquisto delle famiglie potrebbe beneficiare dalle attese nuove misure (soprattutto il reddito di cittadinanza) mantenendo un tasso di crescita prossimo all'1% con un ritmo superiore al Pil. Su ritmi di poco inferiori la crescita dei consumi, comunque in calo rispetto agli andamenti 2015-2017 quando i tassi erano compresi fra l'1,5% e il 2%.

È d'altronde da considerare che sul 2019 potrebbe già gravare l'incognita 2020 quando, con lo scenario possibile di un ricorso alle clausole di salvaguardia (leggi Iva) per mantenere gli impegni presi con l'Ue, le famiglie potrebbero ulteriormente ridurre i consumi destinando i loro maggiori redditi a rimpinguare i risparmi.

Guardando nel dettaglio le singole voci dei consumi l'anno che verrà sembra caratterizzarsi per un rallentamento nell'acquisto di beni durevoli (l'auto fino al 2018 ha assorbito buona parte dell'aumento della spesa degli italiani e giocoforza ora il ciclo si conclude) e un ritorno di alcuni consumi di base tra cui l'alimentare. Complice in questo la nuova politica fiscale del governo che con la misura del reddito di cittadinanza sposta circa 6 mld di euro all'anno verso una platea di persone caratterizzata da una propensione elevata verso consumi basilari. Ma stando alle previsioni non potranno che crescere per effetto dell'andamento demografico le spese per i servizi sanitari e la salute (per le quali il 24% degli italiani è convinto spenderà di più), effetto evergreen per la telefonia (il 53% degli italiani inserisce lo smartphone tra le spese da realizzare nel 2019) mentre viaggi e vacanze si confermano il vero mantra degli italiani (il 83% degli italiani ne ha messo in calendario almeno uno e il 2% è convinto che spenderà di più).

Sotto l'albero- Nemmeno le ultime festività del resto hanno fatto gridare al miracolo. Contrariamente al Natale 2017 che fece chiudere l'anno con un boom (inatteso) di vendite, il mese

di dicembre si mantiene sostanzialmente in linea con l'andamento piatto che ha caratterizzato le vendite della grande distribuzione nel corso del 2018 e che non si discosta da quel leggero incremento già registrato nella prima parte dell'anno (+0,4%). Peraltro ottenuto solo grazie all'ulteriore crescita dei discount.

INDAGINE ITALIANI.COOP – NOMISMA

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

In base alle sue aspettative, cosa si aspetta dal prossimo anno?

2016 - 2018 – Valori Percentuali

	2016	2017	2018	2019
Speranza	34	33	21	19
Cambiamento	14	12	15	16
Ripresa	12	8	15	14
Benessere	2	4	10	12
Novità	3	5	8	10
Soddisfazione	1	3	7	9
Crisi	9	8	5	5
Fiducia	3	7	6	4
Timore	14	10	5	4
Risparmio	3	4	4	3
Rinuncia	3	3	2	2
Indebitamento	3	3	1	2
Totale	100	100	100	100

2018 Generazione e Area Geografica – Valori Percentuali

	Generazione			Area Geografica		
	Millenials	Gen X	BabyBoomers	Nord	Centro	Mezzogiorno
Speranza	16	21	21	16	19	24
Cambiamento	17	17	11	15	14	18
Ripresa	11	16	17	14	14	16
Benessere	10	10	18	12	12	11
Novità	16	8	4	12	8	8
Soddisfazione	14	8	4	9	9	10
Crisi	3	4	8	5	6	4
Fiducia	3	5	4	4	4	5
Timore	3	3	7	5	5	2
Risparmio	3	4	2	4	5	1
Rinuncia	2	2	2	3	2	1
Indebitamento	2	2	2	2	4	1
Totale	100	100	100	100	100	100

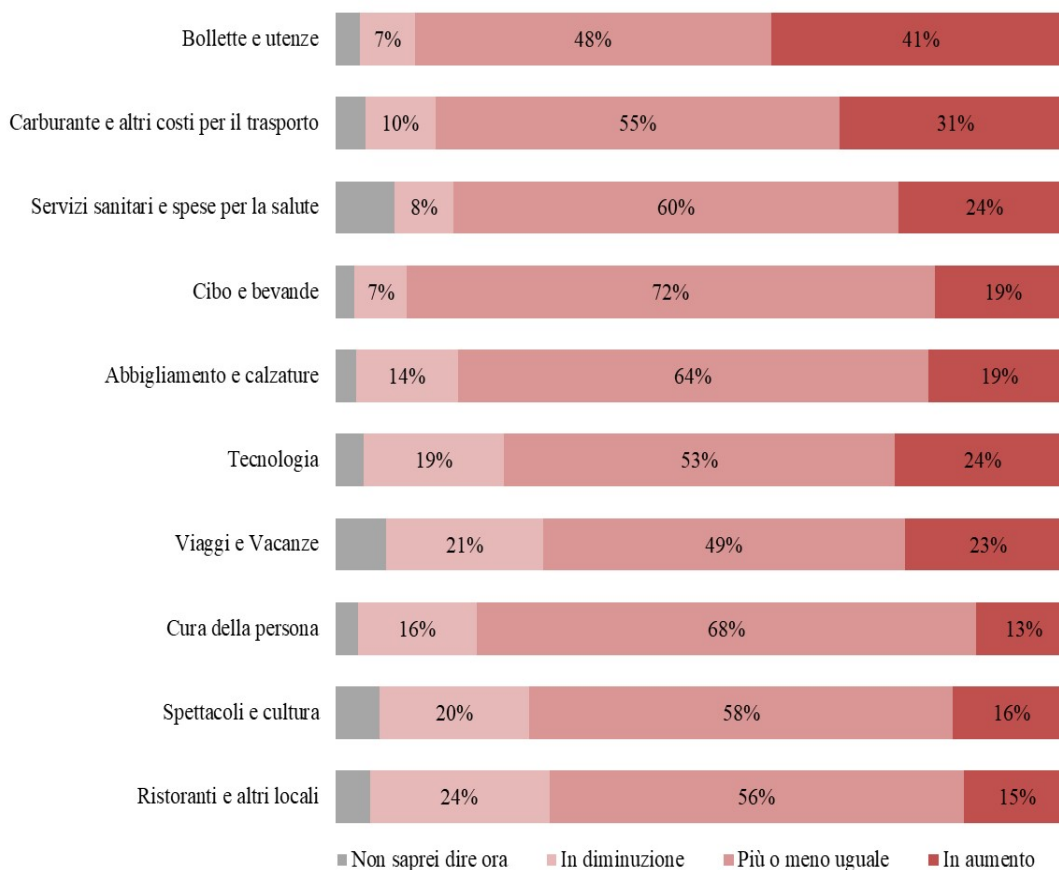
Secondo lei il 2019 sarà l'anno in cui...
2018 – Valori Percentuali



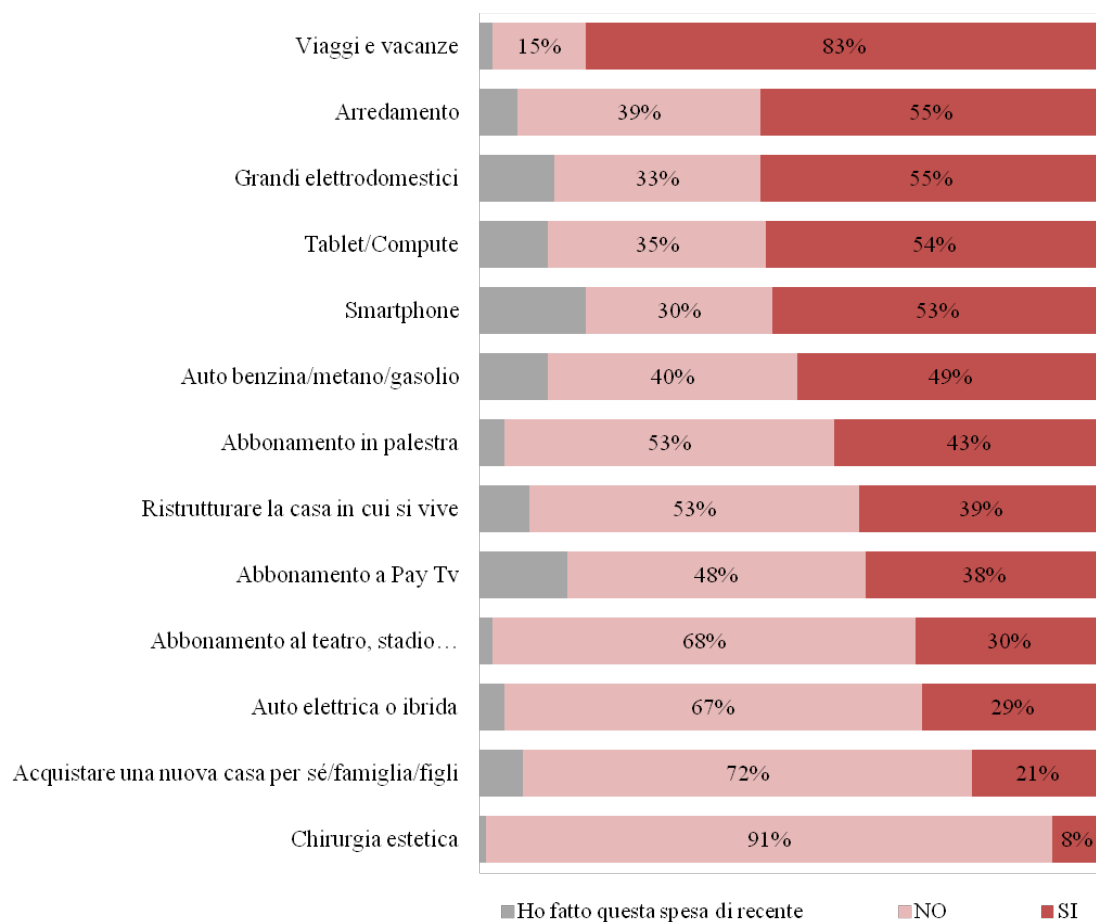
Secondo lei il 2019 sarà l'anno in cui...
2018 – Valori Percentuali

	Area Geografica		
	Nord	Centro	Mezzogiorno
L'economia italiana accelera	27	21	29
L'economia italiana entra in recessione	20	20	17
Le politiche comunitarie cambiano e l'Unione Europea si rafforza	12	15	15
L'Italia esce dall'Euro	6	9	8

Rispetto al 2018, prevede che nel 2019 la sua spesa per ciascuna categoria sarà....
Valori Percentuali



Quali delle seguenti spese ha in programma di realizzare (per sè o la famiglia) nel 2019?
Valori Percentuali



Come cambieranno nel 2019 i suoi consumi/spesa in fatto di CONSUMI ALIMENTARI Valori Percentuali

	Non consumerò	In diminuzione	Più o meno uguale	In aumento	Totale
Prodotti a base di farina integrale	12	6	57	25	100
Prodotti tipici/tradizionali	2	7	71	21	100
Cibi senza zucchero	14	8	59	19	100
Prodotti bio/salutistici	17	8	55	19	100
Prodotti low cost	10	10	61	19	100
Superfoods	24	9	50	16	100
Cibi senza sale	22	7	58	13	100
Acquisti alimentari on-line	33	10	41	16	100
Cibi senza glutine/lattosio	39	8	43	10	100
Prodotti vegetariano/veg	36	9	45	11	100

Come cambieranno nel 2019 i suoi consumi/spesa in fatto di RISTORAZIONE

Valori Percentuali

	Non consumerò	In diminuzione	Più o meno uguale	In aumento	Totale
Ristoranti cucina tipica/tradizionale	4	10	67	19	100
Food Delivery	32	12	44	13	100
Take away	22	16	51	11	100
Ristoranti etnici	28	15	47	9	100
Fast Food	21	21	48	10	100

Previsioni quadro Macroeconomico 2019

Variazioni % salvo diversa indicazione

	Consuntivo	Previsioni	
	2017	2018	2019
Prodotto Interno Lordo	1,6	1,0	0,6
Importazioni	5,2	1,8	3,0
Consumi finali nazionali	1,1	0,5	0,6
- spesa famiglie residenti	1,5	0,6	0,8
- spesa PA e ISP	-0,1	0,0	0,2
Investimenti fissi lordi	4,3	3,9	1,3
Esportazioni	5,7	0,8	2,0
Prezzi al consumo (1)	1,2	1,3	1,2
Tasso di disoccupazione	11,3	10,6	10,7
Dati in % del Pil			
Indebitamento netto	-2,4	-1,8	-2,2
Debito PA	131,2	130,8	130,8

(1) Indice per l'intera collettività nazionale

Fonte: Ref Ricerche

Previsioni Rapporto Coop I consumi degli italiani: Alimentari, bevande e tabacchi

Var.% medie annue

	2012-2014	2015-2017	2018-2010*	2017	2018	2019*	2020*
Alimentari e bevande non alcoliche	-2,2	0,9	0,3	0,6	-0,1	0,5	0,4
<i>Generi alimentari</i>	-2,1	0,7	0,2	0,2	-0,1	0,5	0,4
<i>Bevande non alcoliche, caffè, tè e cacao</i>	-2,3	3,7	0,4	5,3	0,0	0,7	0,5
Bevande alcoliche, tabacco/narcotici	-1,4	-0,4	-0,2	-0,9	-0,3	0,0	-0,2
<i>Bevande alcoliche</i>	-2,7	0,8	-0,3	-0,5	-0,3	-0,4	-0,2
<i>Tabacchi</i>	-1,1	-0,7	-0,2	-1,0	-0,4	0,1	-0,2
Alimentari e bevande non alcoliche	-2,2	0,9	0,3	0,6	-0,1	0,5	0,4
<i>Pane e cereali</i>	-1,4	1,5	0,5	2,5	0,2	0,7	0,7
<i>Carne</i>	-1,9	-0,2	-0,1	0,4	-0,3	0,1	0,0
<i>Pesce</i>	-5,3	2,6	0,2	0,4	-0,5	0,8	0,5
<i>Latte, formaggi e uova</i>	-1,4	1,1	0,0	0,7	-0,3	0,2	0,1
<i>Oli e grassi</i>	-4,7	2,1	-0,9	2,7	-1,5	-0,6	-0,8
<i>Frutta</i>	-2	-0,5	0,6	-3,2	0,1	0,9	0,7
<i>Vegatali incluse le patate</i>	-1,8	-0,7	0,5	-3,4	0,1	0,7	0,6
<i>Zucchero, marmellata, miele, sciroppi, cioccolato e pasticceria</i>	-2,6	2,7	0,4	2,8	0,1	0,7	0,5
<i>Generi alimentari n.a.c.</i>	-2,3	2,9	1,9	1,4	1,5	2,1	1,9
<i>Caffè tè e cacao</i>	-2,2	3,9	0,6	4,9	0,2	0,9	0,7
<i>Acque minerali, bevande gassate e succhi</i>	-2,4	3,5	0,4	4,5	0,0	0,7	0,4

(*) Previsioni

Fonte: Ref Ricerche

Vendite della GDO italiana

Var.% sul periodo corrispondente dell'anno precedente – Totale = LCC+Fresco a peso variabile + Non Food – Rete Corrente

Fatturato totale	Pesi	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Gen-Ott 2018	2019* rete corr.
Distribuzione Moderna, di cui:	100%	0,1	-0,3	-0,9	0,7	0,1	1,8	0,4	0,6
Nord-Ovest	32%	0,3	-0,1	0,0	1,0	0,1	1,2	0,1	1,2
Nord-Est	21%	-0,3	1,4	-0,1	1,0	0,6	1,5	1,8	0,1
Centro	25%	0,0	0,0	-1,6	-0,2	-0,3	1,8	0,5	0,4
Sud	21%	0,5	-2,9	-2,5	0,8	0,4	2,9	-0,8	0,9
<i>Ipermercati</i>	28%	-0,3	-1,0	-1,3	0,0	-0,6	0,9	-0,8	-0,3
<i>Supermercati</i>	39%	0,7	0,5	-0,8	0,9	-0,1	3,6	0,0	0,4
<i>Libero Servizio</i>	12%	-4,1	-8,0	-3,6	-2,4	-5,1	-3,4	-3,1	-2,8
<i>Discount</i>	17%	5,8	8,7	1,5	2,0	6,7	3,0	4,5	4,0
<i>Specialisti drug</i>	4%	1,7	4,6	7,5	10,9	3,6	6,7	7,4	3,6
LCC	68%	0,5	-0,2	-0,6	1,5	0,8	2,5	1,8	1,7
Fresco a peso variabile	24%	0,3	-0,3	-4,1	-0,9	-0,6	2,9	-1,4	-1,2
Non Food	8%	-5,0	-3,5	-4,2	-4,3	-2,8	-4,9	-4,9	-4,0

[*] 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

La versione integrale delle tavole del sondaggio “L’anno che verrà” e le Previsioni 2019 sono visionabili e scaricabili su <http://www.italiani.coop>

Roma, 4 gennaio 2019

Per informazioni:

Silvia Mastagni

responsabile ufficio stampa Coop (Tel. 06 441811 – 335 7884168)

silvia.mastagni@ancc.coop.it