

Consumi, Rapporto Coop: â??Italiani preoccupati da guerre e crisi economica, il 30% su soglia burning outâ•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Avvertono la stanchezza del quotidiano (il 30% Ã¨ sulla soglia di un vero e proprio burning out), temono come e piÃ¹ degli altri le guerre (87%), sentono la zavorra della difficile situazione economica (77%) e guadagnano meno di 20 anni fa e meno degli altri europei. Eâ?? la fotografia degli italiani che emerge dal â??Rapporto Coop 2026-Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domaniâ??, redatto dallâ??Ufficio studi di Ancc-Coop (Associazione nazionale cooperative di consumatori-Coop) e la cui anteprima digitale Ã¨ stata presentata a Milano. Il rapporto, che per alcune sue parti si Ã¨ avvalso dellâ??ausilio dei nuovi programmi di intelligenza artificiale generativa, Ã¨ orientato a leggere, con gli occhi degli italiani, le scelte che mettono in campo quotidianamente, partendo â?? come tutti gli anni â?? dal loro rapporto con il cibo. Per fare questo, oltre ai tanti contenuti originali offerti dai contributors del Rapporto, anche questa edizione si Ã¨ avvalsa di due diverse survey (â??Today, Tomorrowâ?? e â??The New World Outlookâ??) condotte entrambe lo scorso agosto. La prima ha coinvolto un campione di 1.000 italiani rappresentativo della popolazione italiana (18-75 anni). La seconda si Ã¨ rivolta a un panel della community dei lettori delle scorse edizioni del Rapporto e ha coinvolto 800 opinion leaders e market maker. Quella che viene fuori dal report la â??stanchezza del quotidianoâ??. Il 58% del campione, infatti, cita il tempo, per se stessi e per le proprie attivitÃ , come una variabile irrinunciabile del proprio benessere personale. Un mito che per piÃ¹ di un italiano su tre appare irraggiungibile. Il 37% (e il 45% fra gli occupati), infatti, denuncia una vita in affanno in cui la quotidianitÃ non lascia scampo e dove agli impegni lavorativi si sommano le mille incombenze del lavoro â??ombraâ?? della gestione della vita familiare (45%) e i ritmi frenetici del vivere contemporaneo (29%).

Lâ??affanno di tempo porta gli italiani sulla soglia di un vero e proprio burning out che colpisce il 30% e il bisogno di tempo per sÃ© spiega anche (almeno in parte) quella nuova tendenza a essere off piÃ¹ che online: un milione il calo degli utenti sui social in 2 anni, il 21% lo motiva proprio per recuperare tempo perduto. In cima alla classifica delle preoccupazioni degli italiani ci sono le guerre (87% del campione) e le tensioni geopolitiche (79%), sono zavorrati da una difficile situazione economica (77%) e percepiscono la societÃ in cui vivono piÃ¹ violenta di anni fa (lo affermano 4 italiani su 5). La famiglia resta il porto sicuro (lo indica il 64%) e sotto pressione non stupisce che la ricerca del benessere, un

lascito del post-Covid, acquisti ora una valenza diversa: prima la mente e poi il corpo. Il wellness coincide con buone capacitÃ cognitive per il 64% degli italiani, seguito dal benessere psicologico (54%) e solo a distanza dalla salute fisica (43%). Questa voglia di ridefinire le proprie prioritÃ verso obiettivi non economici nasce probabilmente dallâ??aver acquisito come un dato di fatto la mancata crescita dei propri redditi: gli italiani guadagnano meno di 20 anni fa e meno degli altri europei (peggio di noi solo la Grecia) e anche per questo lâ??Italia vanta il record non certo invidiabile di essere uno dei Paesi piÃ¹ disuguali dâ??Europa dove lâ??indice di Gini, che misura le disuguaglianze interne, sale in cinque anni di 2,5 punti percentuali e in cui il 67% delle persone ha vissuto almeno una condizione di disagio.

â??Per provare a contrastare questa deriva e recuperare la drammatica perdita di potere dâ??acquisto dovuta allâ??inflazione â?? spiega il Rapporto Coop 2026 â?? sono 1 milione in piÃ¹ gli italiani al lavoro (rispetto al 2019), Ã¨ aumentata contemporaneamente lâ??intensitÃ lavorativa (35 ore in media lavorate in piÃ¹ allâ??anno tra 2019 e 2025) e sono tanti gli italiani occupati anche nei giorni festiviâ?•. Un paradosso, perchÃ© mentre il mercato del lavoro si avvia verso una condizione di quasi piena occupazione (per il 50% degli italiani Ã¨ un buon momento per cambiare lavoro), registra evidenti segnali di sofferenza: il 56% dei lavoratori italiani Ã¨ insoddisfatto della propria retribuzione, il 35% denuncia ritmi e carichi di lavoro, il 32% lamenta lâ??assenza di spazi per fare carriera. Dal canto loro, le imprese non trovano profili adeguati ai loro bisogni e devono trattenere a lavoro una quota crescente di over 50 e addirittura di pensionati; il 42% della forza lavoro in Italia oggi Ã¨ over 50, era tale il 22% di 10 anni fa. â??Il 2026 ci consegna un Paese che pare rassegnato a non crescere â?? sottolinea il report -; nemmeno le deroghe al Patto di StabilitÃ , e lâ??eccezionale iniezione di investimenti pubblici favorita dal Pnrr, pur in anni difficili, sono riusciti a riportare il Paese sul sentiero della crescita strutturale. Le previsioni del consenso internazionale stimano la crescita italiana inferiore al punto percentuale (la stima dellâ??Ufficio studi Coop di chiusura del Pil 2026 non supera lo 0,8%, 0,9% nel 2027) proprio nellâ??anno in cui massimo avrebbe dovuto essere il contributo del Piano di ripresa e resilienza che peraltro ha premiato lâ??Italia piÃ¹ di tutti gli altri Paesiâ?•.

default watermark

Il confronto con lâ??Europa â?? e soprattutto con la vicina e simile Spagna â?? spiega le ragioni del â??motore inceppatoâ?• dellâ??economia italiana. â??La prima differenza Ã¨ lâ??endemica difficoltÃ della nostra economia di far crescere la produttivitÃ â?? spiega il Rapporto Coop â?? . Senza generare nuovo valore a paritÃ di risorse impegnate non Ã¨ possibile redistribuire nuova ricchezza e in ultima analisi fare crescere i redditi. La variazione della produttivitÃ italiana Ã¨ negli ultimi anni addirittura negativa e accusa un differenziale di quasi un punto allâ??anno con lâ??economia spagnola (-0,2% il dato italiano a fronte del + 0,6% spagnolo). La seconda leva di possibile sviluppo Ã¨ quella demografica. Senza lâ??aumento dei redditi i consumi possono crescere solo per incremento demografico. Anche qui il paragone con la Spagna Ã¨ impietoso. La popolazione spagnola, grazie anche a una gestione piÃ¹ aperta dei flussi migratori, registra un +4,8% contro il -1,5% italiano. E sul fronte della produttivitÃ conta certamente anche la dimensione di impresa (da noi la piÃ¹ bassa dâ??Europa), lâ??assenza dai settori ad alto valore aggiunto, e il persistere di un forte ritardo nellâ??istruzione (la quota dei giovani laureati Ã¨ ferma al 31% contro il 56% della Francia e ancora la Spagna con il 53%)â?•.

Solo un dato positivo emerge dalla macroeconomia del Paese: la minore inflazione subita dagli italiani rispetto alla media europea, sebbene la loro percezione sia ampiamente superiore a quella degli altri Paesi europei (+5,1% lâ??Italia, +3,6% area euro). Se gli italiani avessero subito la stessa crescita dei prezzi dellâ??area euro avrebbero speso 22,6 miliardi in piÃ¹. Circa un quarto di questa cifra complessiva Ã¨ motivato dalla minore inflazione alimentare, mentre il comparto dellâ??energia Ã¨ lâ??unico che registra i prezzi piÃ¹ alti dellâ??Europa. Anche sul versante dei consumi lâ??Italia appare un â??Paese ingessatoâ?•, fermo a ventâ??anni fa dove, perÃ², si fanno strada nuove regole e nuove prioritÃ . Consumare meno e combattere gli sprechi diventa un valore, come afferma il 65% degli intervistati, ma non solo per necessitÃ . Di quanti decidono di ridurre i consumi oltre uno su quatto lo fa per scelta personale. Il digitale aiuta perchÃ© Ã¨ lÃ¬ che il 50% degli italiani cerca consigli e idee per riparare o realizzare da soli dei prodotti. Ma il vero consulente per gli acquisti Ã¨ per il 74% dei consumatori italiani lâ??Ai, un valore piÃ¹ alto di quanto non sia in altri paesi (il 68% ad esempio negli Stati Uniti). Eâ?? una Ai che dÃ informazioni, genera ispirazione e permette di confrontare tra varie opzioni disponibili. Ovviamente per scegliere meglio e spendere con oculatezza risorse scarse.

E il valore dato al non possesso giustifica di fatto gli unici consumi che ritornano nei desiderata degli italiani ovvero i consumi esperienziali: viaggi, week end, ma anche cura degli hobby, della creativitÃ , il fai da te. Obbedisce alla stessa logica anche ciÃ² che succede nel mercato del tech: esplodono gli acquisti di smartphone ricondizionati (nei primi 6 mesi dellâ??anno ne sono stati venduti 520.000 ovvero un +58% rispetto allo scorso anno) e se elettrodomestico deve essere almeno che sia funzionale e, comunque, accessibile. Su tutti il robottino lavapavimenti che raggiunge 1 milione di pezzi venduti pari a un +74% anno su anno.

default watermark

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Settembre 10, 2026
Autore
redazione