



Consumi, Rapporto Coop: italiani preoccupati da guerre e crisi economica, il 30% su soglia burning out

Descrizione

(Adnkronos) Avvertono la stanchezza del quotidiano (il 30% sulla soglia di un vero e proprio burning out), temono come e più 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. È la fotografia degli italiani che emerge dal Rapporto Coop 2026-Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani, redatto dall'Ufficio studi di Ancc-Coop (Associazione nazionale cooperative di consumatori-Coop) e la cui anteprima digitale è stata presentata a Milano. Il rapporto, che per alcune sue parti si avvale dell'ausilio dei nuovi programmi di intelligenza artificiale generativa, è orientato a leggere, con gli occhi degli italiani, le scelte che mettono in campo quotidianamente, partendo come tutti gli anni dal loro rapporto con il cibo. Per fare questo, oltre ai tanti contenuti originali offerti dai contributors del Rapporto, anche questa edizione si avvale di due diverse survey (Today, Tomorrow e The New World Outlook) 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 è 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 è la stanchezza del quotidiano. Il 58% del campione, infatti, cita il tempo, per se stessi e per le proprie attività, come una variabile irrinunciabile del proprio benessere personale. Un mito che per più di un italiano su tre appare irraggiungibile. Il 37% (e il 45% fra gli occupati), infatti, denuncia una vita in affanno in cui la quotidianità non lascia scampo e dove agli impegni lavorativi si sommano le mille incombenze del lavoro ombra della gestione della vita familiare (45%) e i ritmi frenetici del vivere contemporaneo (29%).

L'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 sé spiega anche (almeno in parte) quella nuova tendenza a essere offline 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 società in cui vivono più 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 capacità 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 priorità verso obiettivi non economici nasce probabilmente dall'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 l'Italia vanta il record non certo invidiabile di essere uno dei Paesi più disuguali d'Europa dove l'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.

Per provare a contrastare questa deriva e recuperare la drammatica perdita di potere acquisto dovuta all'inflazione spiega il Rapporto Coop 2026 sono 1 milione in più gli italiani al lavoro (rispetto al 2019), è aumentata contemporaneamente l'intensità lavorativa (35 ore in media lavorate in più all'anno tra 2019 e 2025) e sono tanti gli italiani occupati anche nei giorni festivi. Un paradosso, perché mentre il mercato del lavoro si avvia verso una condizione di quasi piena occupazione (per il 50% degli italiani è un buon momento per cambiare lavoro), registra evidenti segnali di sofferenza: il 56% dei lavoratori italiani è insoddisfatto della propria retribuzione, il 35% denuncia ritmi e carichi di lavoro, il 32% lamenta l'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 è over 50, era tale il 22% di 10 anni fa. Il 2026 ci consegna un Paese che pare rassegnato a non crescere sottolinea il report -; nemmeno le deroghe al Patto di Stabilità, e l'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 dell'Ufficio studi Coop di chiusura del Pil 2026 non supera lo 0,8%, 0,9% nel 2027) proprio nell'anno in cui massimo avrebbe dovuto essere il contributo del Piano di ripresa e resilienza che peraltro ha premiato l'Italia di tutti gli altri Paesi.

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

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% l'anno Italia, +3,6% area euro). Se gli italiani avessero subito la stessa crescita dei prezzi dell'area euro avrebbero speso 22,6 miliardi in più¹. Circa un quarto di questa cifra complessiva è motivato dalla minore inflazione alimentare, mentre il comparto dell'energia è l'unico che registra i prezzi più alti dell'Europa. Anche sul versante dei consumi l'Italia appare un Paese ingessato, fermo a vent'anni fa dove, per², si fanno strada nuove regole e nuove priorità. Consumare meno e combattere gli sprechi diventa un valore, come afferma il 65% degli intervistati, ma non solo per necessità. Di quanti decidono di ridurre i consumi oltre uno su quattro lo fa per scelta personale. Il digitale aiuta perché il 50% degli italiani cerca consigli e idee per riparare o realizzare da soli dei prodotti. Ma il vero consulente per gli acquisti è per il 74% dei consumatori italiani l'Ai, un valore più alto di quanto non sia in altri paesi (il 68% ad esempio negli Stati Uniti). È una Ai che dà informazioni, genera ispirazione e permette di confrontare tra varie opzioni disponibili. Ovviamente per scegliere meglio e spendere con oculatazza risorse scarse.

E il valore dato al non possesso giustifica di fatto gli unici consumi che ritornano nei desideri degli italiani ovvero i consumi esperienziali: viaggi, week end, ma anche cura degli hobby, della creatività, il fai da te. Obbedisce alla stessa logica anche ciò che succede nel mercato del tech: esplodono gli acquisti di smartphone ricondizionati (nei primi 6 mesi dell'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.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 10, 2026

Autore

redazione