



Con le
previsioni
2026

Rapporto Coop 2025

CONSUMI E STILI DI VITA
DEGLI ITALIANI DI OGGI E DI DOMANI

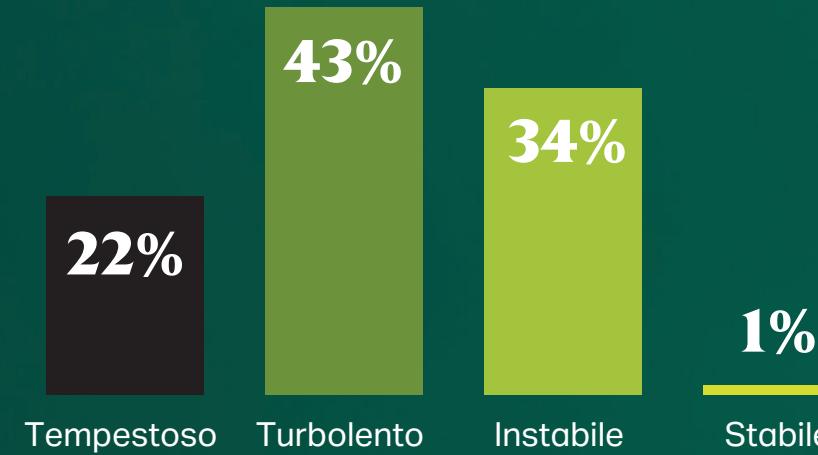
coop

Future in turmoil

TRA TURBOLENZE E INSTABILITÀ IL 2026 GLOBALE

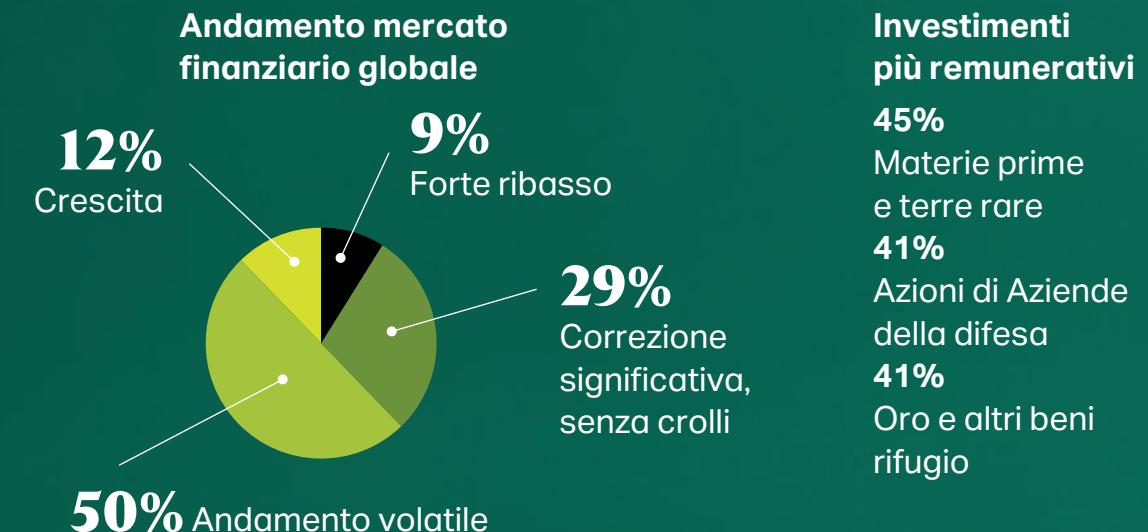
PER GLI OPINION LEADER

(Quale aggettivo descrive meglio la sua visione del mondo nel 2026?, valori %, totale campione opinion leader italiani)



UN ANNO DI INSTABILITÀ FINANZIARIA

(Quali sono le sue previsioni sull'andamento del mercato finanziario a livello globale nel 2026?, valori %, totale campione opinion leader italiani)



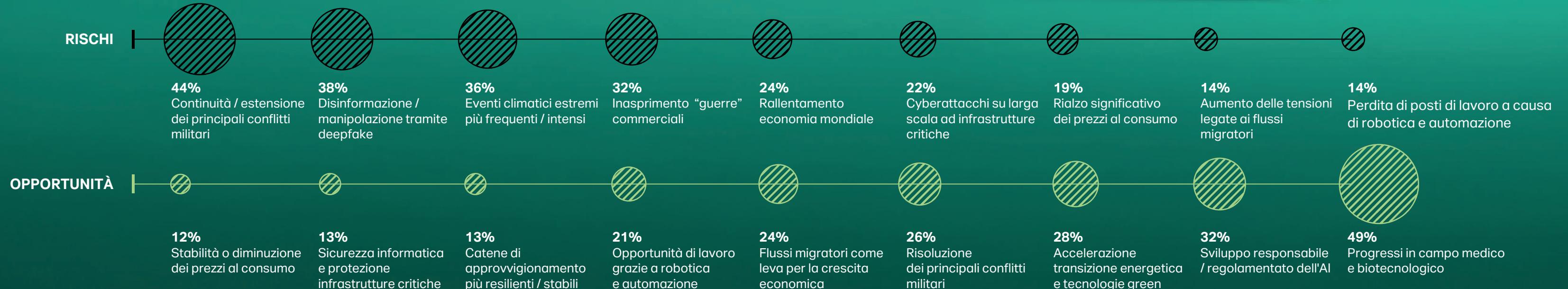
Investimenti più remunerativi

- 45% Materie prime e terre rare
- 41% Azioni di Aziende della difesa
- 41% Oro e altri beni rifugio



PROGRESSO TECNOLOGICO O ARMAMENTI MILITARI, OPPORTUNITÀ E RISCHI NELLO SCENARIO GLOBALE

(Quali sono i principali rischi e le opportunità dello scenario globale nel 2026?, valori %, totale campione opinion leader italiani)



Who's leading the world?

2026, TRA UN'UE IRRILEVANTE E I LEADER GLOBALI PEGGIORI AL COMANDO
(Valori %, totale campione opinion leader italiani)

Leader politici che nel 2026 si distingueranno

In positivo In negativo Ininfluente

Donald Tusk	28%	26%	34%
Emmanuel Macron	29%	43%	28%
Giorgia Meloni	28%	44%	28%
Keir Starmer	47%	22%	27%

Friedrich Merz	34%	32%	28%
Pedro Sánchez	65%	7%	24%
Ursula von der Leyen	22%	44%	34%

Volodymyr Zelenskyy	29%	48%	22%
---------------------	-----	-----	-----

Mark Carney

Donald Trump

Luiz Inácio Lula da Silva

Vladimir Putin	12%	85%	3%
Sanae Takaichi	35%	11%	34%
Xi Jinping	43%	40%	16%
Recep Tayyip Erdoğan	22%	51%	25%

Benjamin Netanyahu

Narendra Modi

Top3 leader
che si distingueranno
in positivo

- 1° 65% Pedro Sánchez
- 2° 47% Keir Starmer
- 3° 43% Xi Jinping

Top3 leader
che si distingueranno
in negativo

- 1° 90% Benjamin Netanyahu
- 2° 85% Vladimir Putin
- 3° 83% Donald Trump

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025

Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

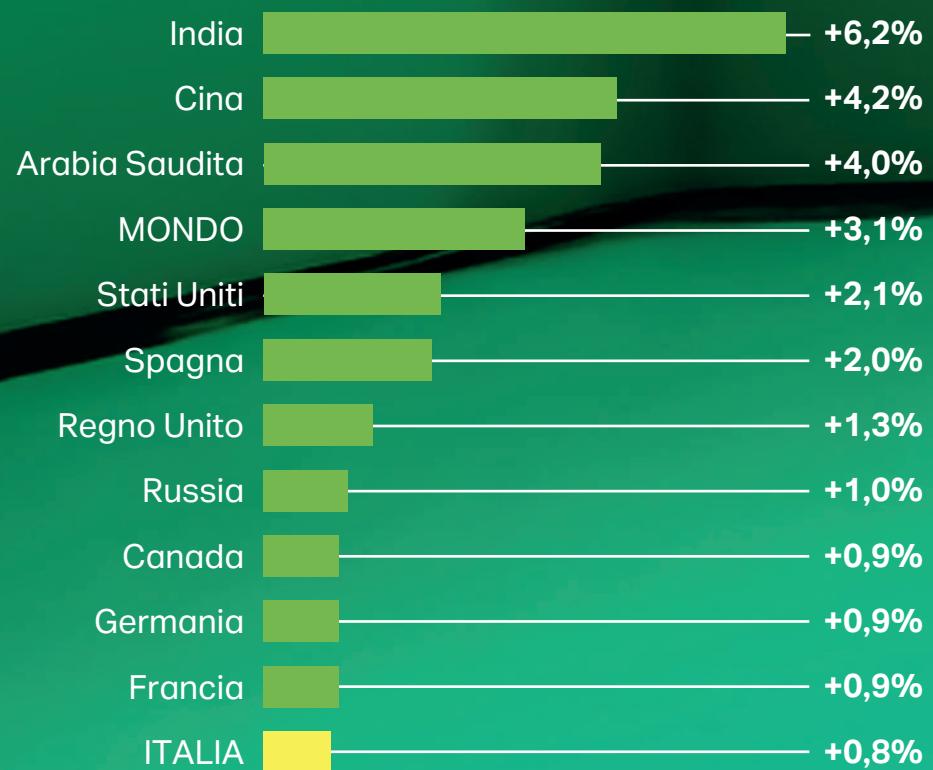
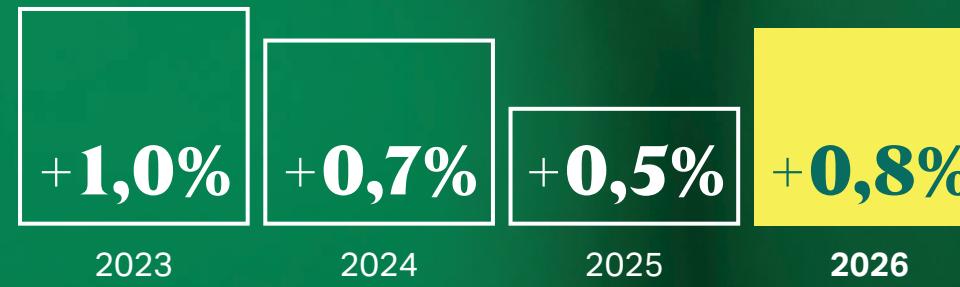


Italia 2026, torna la crescita zero

Image Midjourney IA

DI NUOVO NELL'ITALIA DELLO ZERO VIRGOLA

(Previsioni Pil, variazioni % su base annua)



↑ +1,1%
Domanda interna

↓ -0,3%
Domanda estera netta e variazione scorte

+0,2%
Secondo gli opinion leader italiani

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati FMI, Istat e "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2026

Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

2026, SPERANZA INNOVAZIONE

(Nel 2026 rispetto al 2025, come pensa cambierà lo scenario italiano in relazione a..., valori %, totale campione opinion leader italiani)



IN ARRIVO UN ANNO TESO E COMPLESSO PER GLI OPINION LEADER

(Nel 2026 rispetto al 2025, come pensa cambierà lo scenario italiano in relazione a..., valori %, totale campione opinion leader italiani)



#rapporto25 italiani.coop

Lavoro, produttività e welfare, le policy priorities 2026



LAVORO, DEMOGRAFIA, PRODUTTIVITÀ LE CORNER STONE

DEL NUOVO ANNO

(Alla luce delle previsioni da lei formulate, quali dovrebbero essere le priorità del Governo e delle istituzioni italiane?, valori %, totale campione opinion leader italiani)

Potenziare politiche per il lavoro	45%
Ridurre pressione fiscale su famiglie e imprese	44%
Potenziare welfare, politiche per le famiglie e per la natalità	39%
Promuovere istruzione scolastica e la formazione professionale	37%
Stimolare crescita / produttività delle imprese	34%
Accelerare digitalizzazione e innovazione nei settori strategici	34%
Rilanciare consumi delle famiglie	25%
Potenziare rete di infrastrutture	22%
Rafforzare sicurezza e legalità sul territorio	22%
Completare opere PNRR	21%

E L'AI CONVINCHE LE IMPRESE

(Quale contributo ritiene che l'affermazione dell'intelligenza artificiale e della robotica apporterà nei prossimi 3/5 anni a...?, valori %, totale campione opinion leader italiani)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025

Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

SANITÀ, RICERCA E FORMAZIONE I MUST DO PUBBLICI 2026

(Azioni che si rileverebbero più efficaci per..., valori %, Top3 azioni per priorità, totale campione opinion leader italiani)

Potenziare politiche per il lavoro

54%	41%	35%
Incentivare formazione continua	Promuovere conciliazione vita-lavoro	Introdurre un salario minimo garantito

Potenziare welfare, politiche per le famiglie e per la natalità

64%	43%	39%
Potenziare sanità territoriale e servizi di prossimità	Sostenere natalità e genitorialità	Contrastare povertà e fragilità sociali

Stimolare crescita / produttività delle imprese

52%	45%	42%
Sostenere ricerca e innovazione	Semplificare norme e procedure	Ridurre costi energetici

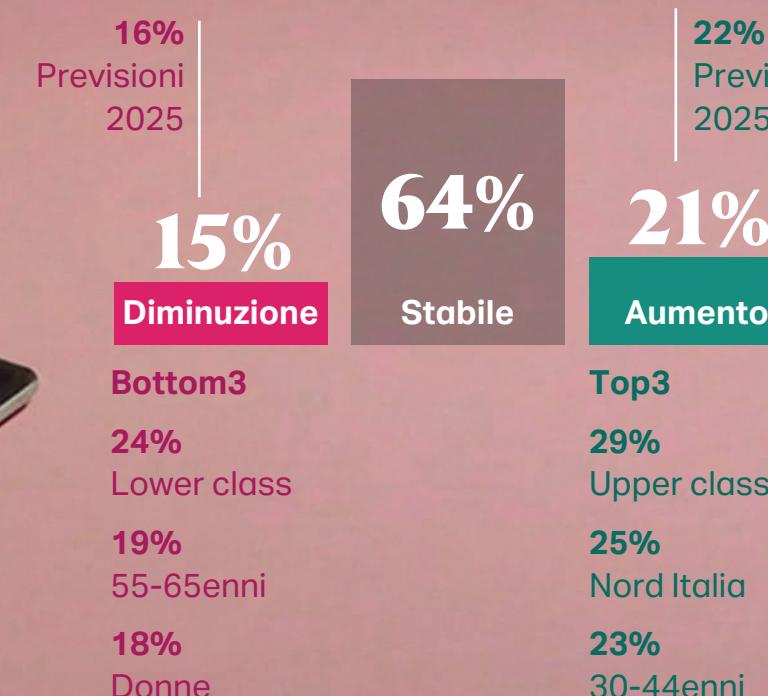
- Incremento significativo
- Incremento moderato
- Nessuna impatto significativo
- Diminuzione moderata
- Diminuzione significativa

Intenzioni di spesa 2026, lieve crescita ma poca libertà (di consumo)



2026, ITALIANI COMUNQUE CONVINTI DI DOVER SPENDERE DI PIÙ

(Come cambierà rispetto ad oggi la spesa complessiva per beni e servizi acquistati da lei e la sua famiglia nel 2026?, valori %, totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

Tasso di inflazione
medio annuo



+1,7%



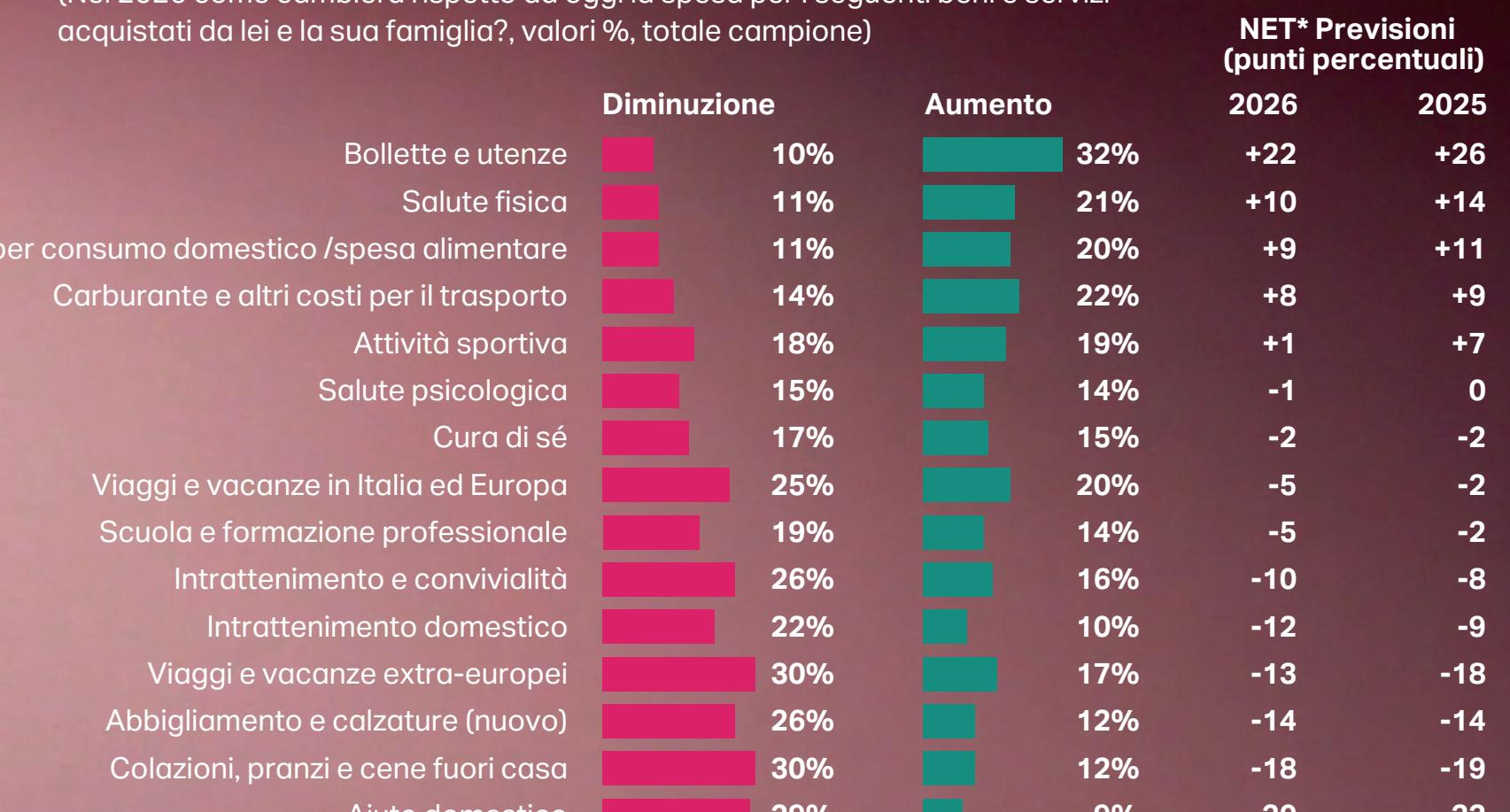
+1,4%

+1,2%
secondo gli
opinion leader italiani

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat e "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025
Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

LE INTENZIONI DI SPESA OSTAGGIO DELLE SPESE OBBLIGATE

(Nel 2026 come cambierà rispetto ad oggi la spesa per i seguenti beni e servizi acquistati da lei e la sua famiglia? valori %, totale campione)



* Differenza tra "Aumento" e "Diminuzione".

Spesa delle famiglie
residenti



+0,8%



+0,9%

+0,3%
secondo gli
opinion leader italiani

AUTO NUOVA, CASA E TECH, RIMANDATI AL 2027

(Quali delle seguenti spese vorrebbe sostenere per lei / la sua famiglia nel 2026 ma non pensa accadrà?, valori %, totale campione)

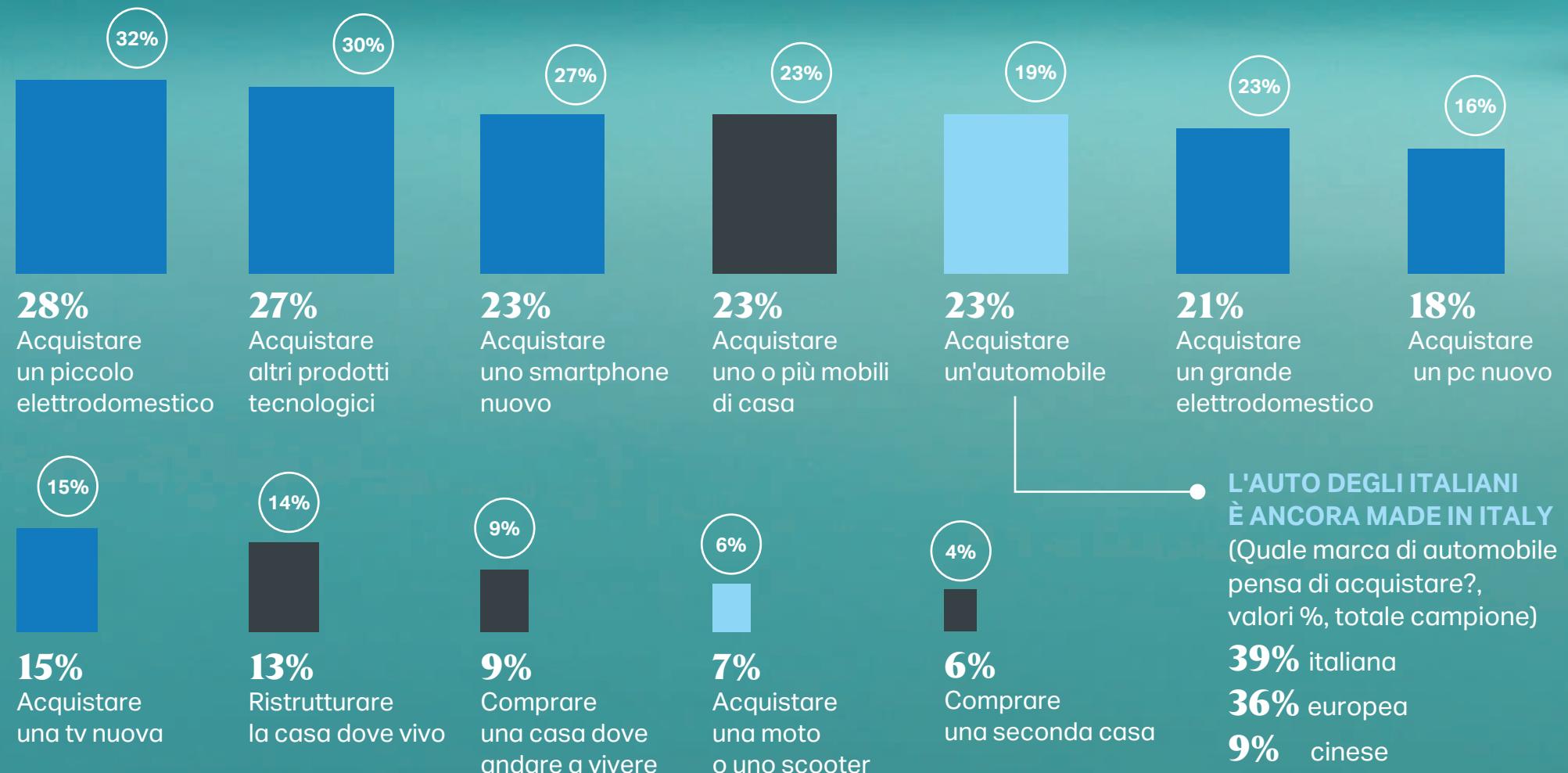
Top3 rinunce nel 2026



IN LIEVE MIGLIORAMENTO IL MERCATO DELL'AUTO MENTRE IL RESTO RALLENTA

(Quali delle seguenti spese pensa di sostenere per lei / la sua famiglia nel 2026?, valori %, totale campione)

Prevede di acquistare nel 2026 ■ Elettrodomestici / tech ■ Abitazione ■ Mobilità ○ Prevedeva di acquistare nel 2025



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026" Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

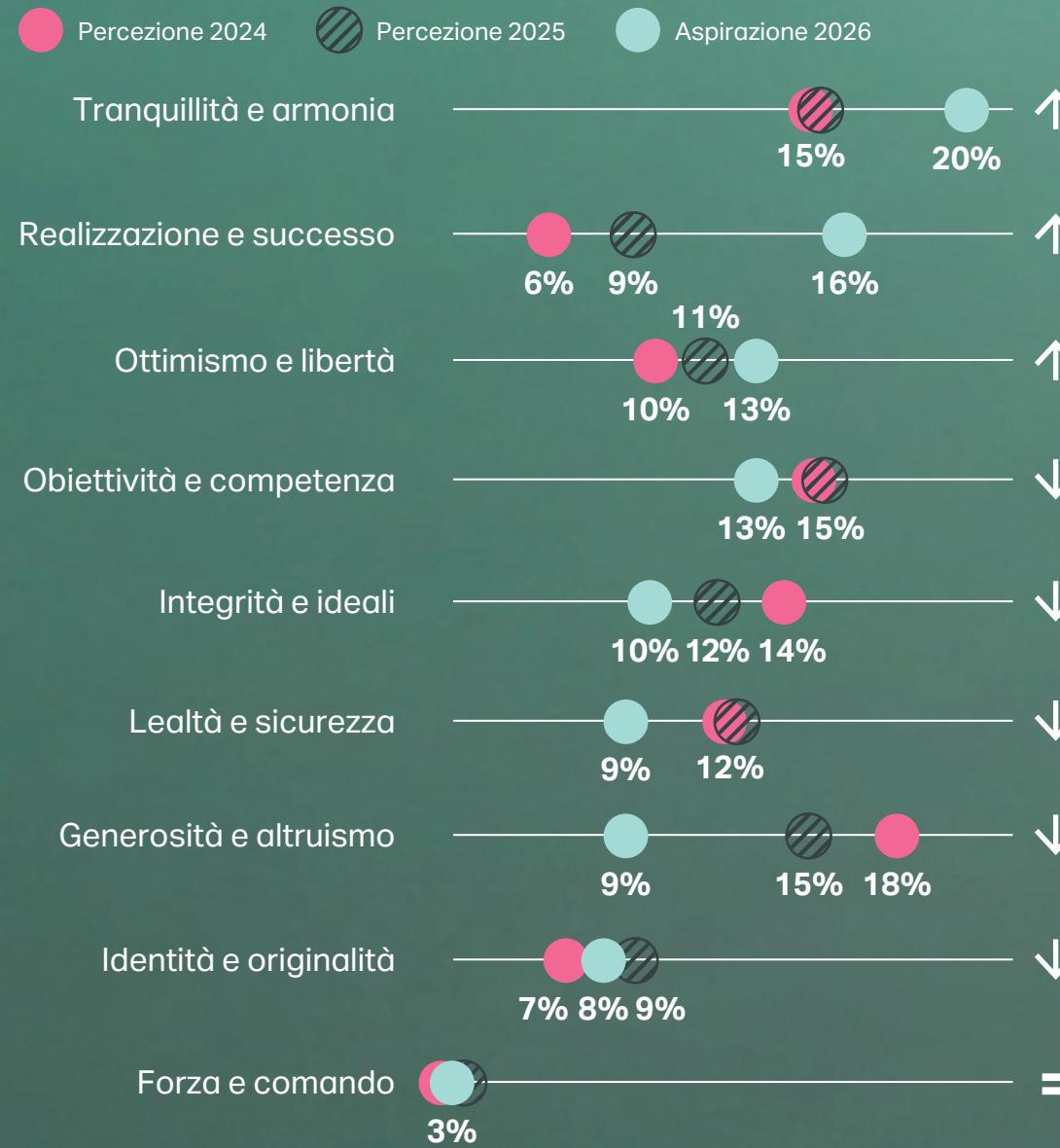


Grandi acquisti, di durevole c'è solo la rinuncia

Selfish vibes 2026

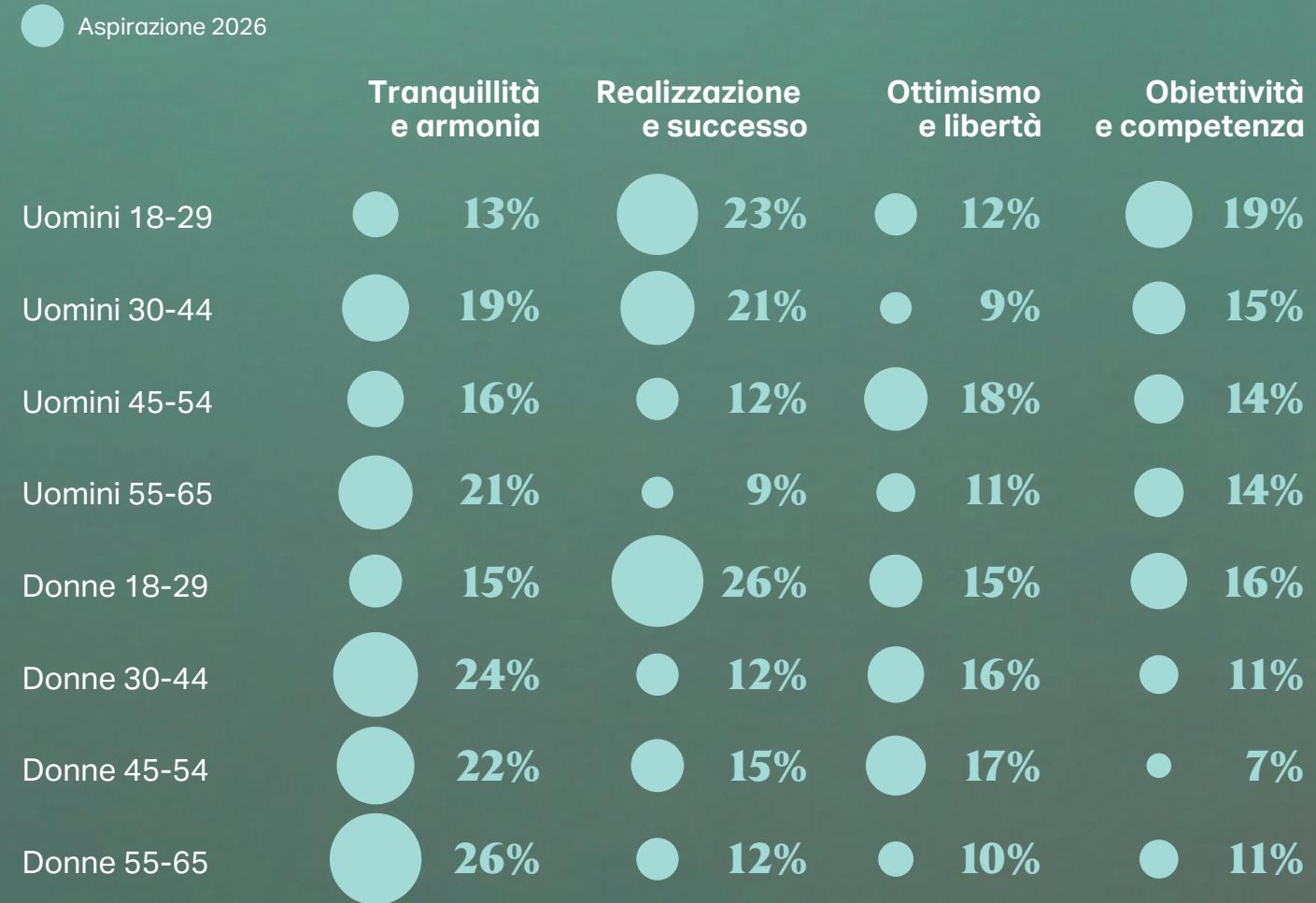
TRA I VALORI VINCONO TRANQUILLITÀ E SUCCESSO MENTRE ARRETRA LA GENEROSITÀ

(Quali parole descrivono oggi il suo modo di essere / i suoi comportamenti? Con quali parole vorrebbe identificarsi maggiormente nel 2026?, valori %, totale campione)



GIOVANI DONNE IN CERCA DI CARRIERA, UOMINI IN CERCA DI EQUILIBRIO

(Con quali parole vorrebbe identificarsi maggiormente nel 2026?, valori %, totale campione)



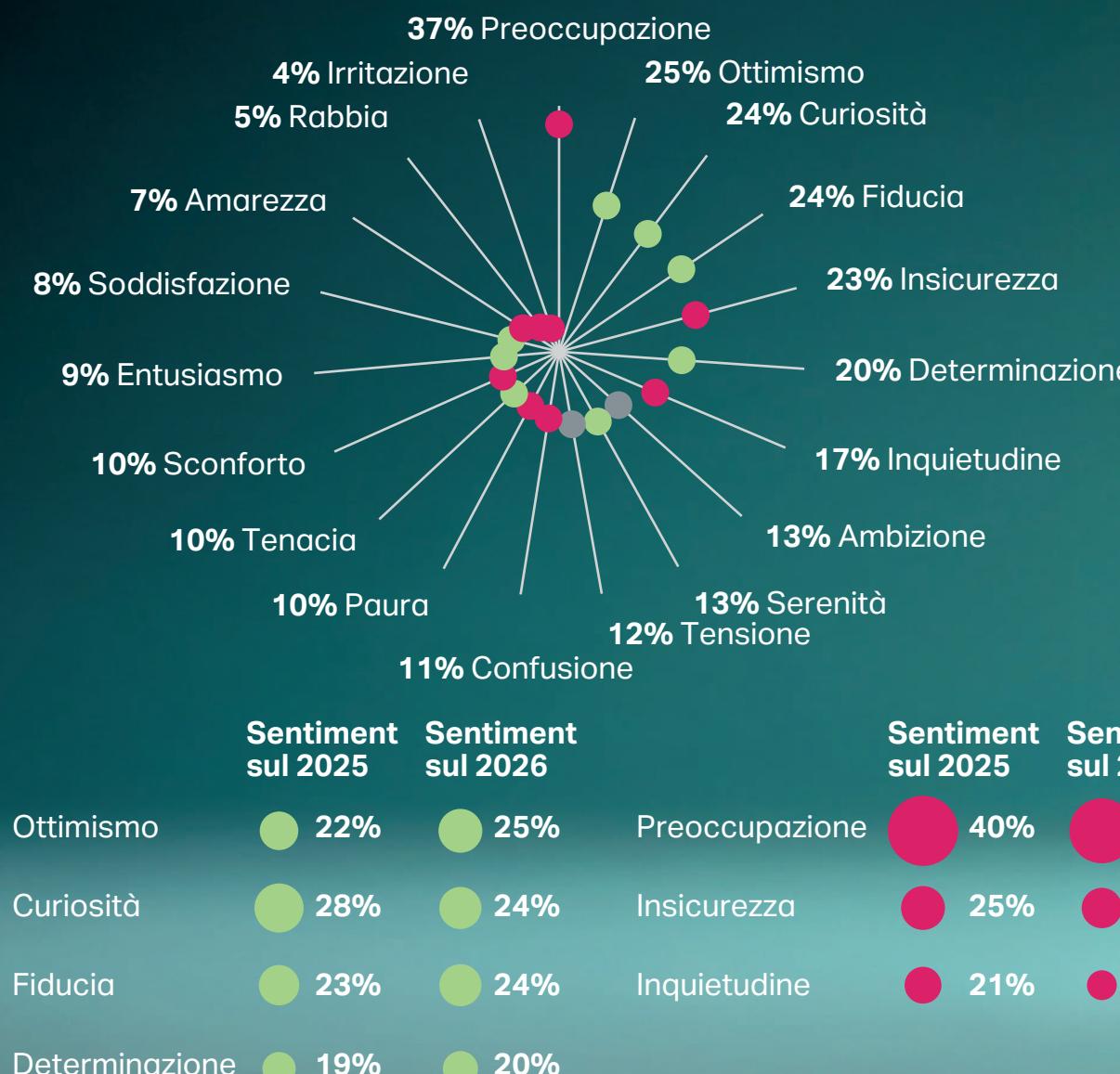
2026, preoccupa lo scenario, conforta l'inner circle

Image Midjourney IA

PREOCCUPAZIONE MA ANCHE OTTIMISMO, LE EMOZIONI CHE ACCOMPAGNANO NEL NUOVO ANNO

(Quale sensazione prova pensando al 2026?, valori %, totale campione)

Sentiment sul 2026 ● Positivo ● Negativo ● Neutro



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

SALE L'INQUIETUDINE MAN MANO CHE CI SI ALLONTANA

DALLA DIMENSIONE PIÙ PROSSIMA

(Con quale stato d'animo affronterà il 2026 rispetto ai seguenti aspetti della sua sfera privata e della dimensione sociale e collettiva?, valori %, totale campione)

Ambito	Aspetto	Sentiment*	
		Positivo	Negativo
Sfera personale	Famiglia e affetti	70%	12%
	Salute fisica	59%	12%
	Benessere mentale	57%	15%
	Lavoro	51%	19%
	Stabilità economica	43%	22%
Sfera familiare	Situazione occupazionale	17%	17%
	Benessere psicologico	17%	17%
	Benessere fisico	15%	16%
	Reddito familiare	17%	21%
Territorio in cui vive	Mercato del lavoro	11%	43%
	Clima sociale	9%	42%
	Tensioni sociali	9%	42%
	Sicurezza	8%	47%
	Accesso ai servizi sanitari	9%	48%
Scenario nazionale	Economia italiana	21%	42%
Scenario internazionale	Intelligenza artificiale	35%	29%
	Privacy e dati personali	34%	29%
	Diritti civili	26%	33%
	Economia globale	17%	40%
	Immigrazione	21%	45%
	Cambiamenti climatici	20%	50%
	Tensioni geopolitiche	12%	61%
	Guerre e conflitti	12%	65%

*Sentiment positivo: ottimismo, serenità o miglioramento.

Sentiment negativo: preoccupazione, pessimismo o peggioramento

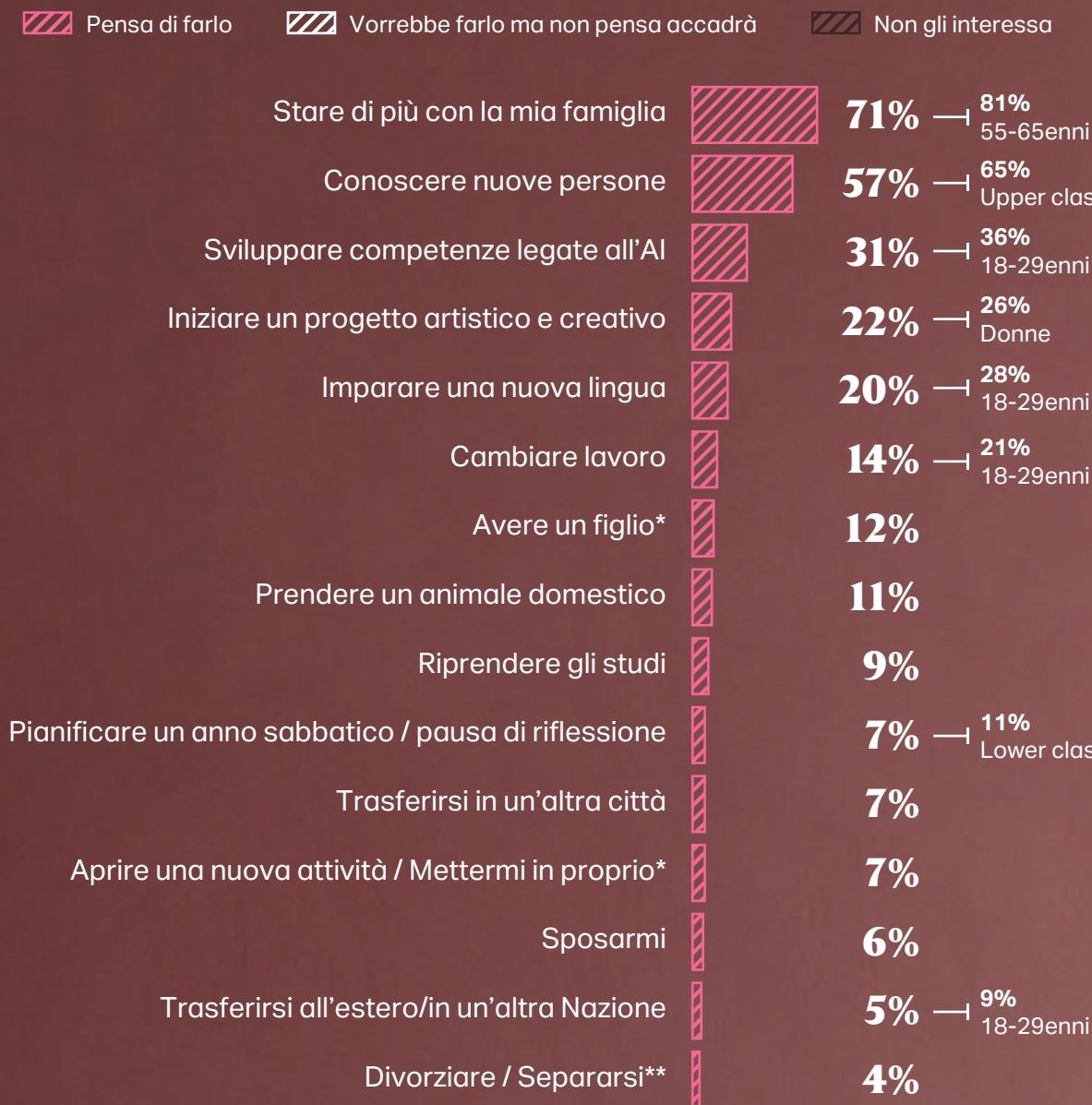
#rappcoop25italiani.coop

Poca ambizione nella wish list degli italiani

Image Midjourney IA

LA FAMIGLIA SEMPRE IN VETTA, MA CAMBIARE VITA È IL TOP DEI VORREI MA NON POSSO

(Quali attività o progetti di vita realizzerà nel 2026?, valori %, totale campione)



ESPERIENZE E RICORDI DA CONSERVARE RIEMPIONO I DESIDERI 2026

(Quale esperienza potrebbe concretizzarsi nel 2026 e renderlo un anno speciale?, valori %, totale campione)



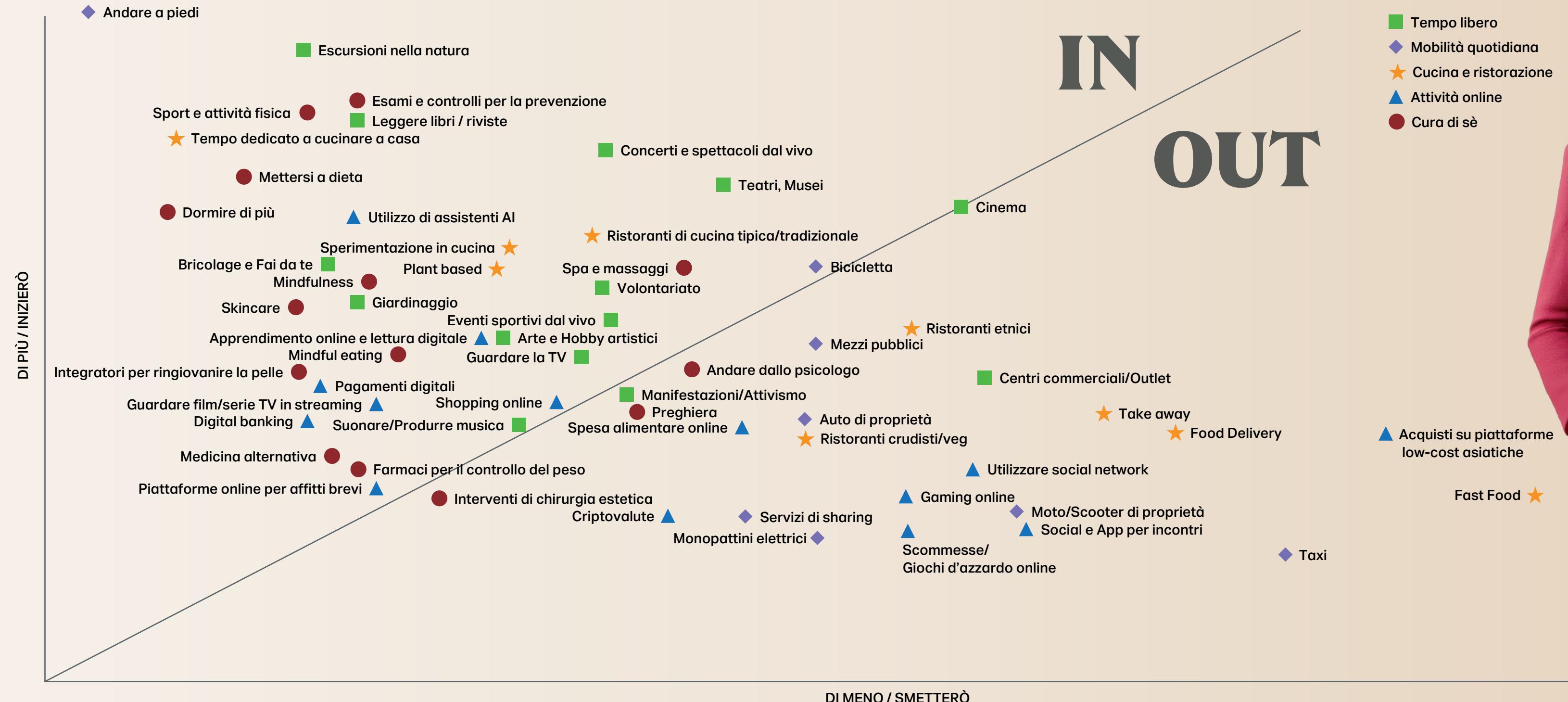
*Fascia 18-44enni **Attualmente sposato

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

Cheap, tech, healthy, il lifestyle degli italiani

Nel 2026 – rispetto al 2025 – come cambieranno le sue abitudini in relazione alle seguenti attività? (Valori %, totale campione)

Image Midjourney IA



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

#rappcoop25 italiani.coop



2026, sempre più voglia di home dining

Image Midjourney IA

INFLAZIONE ALIMENTARE IN LIEVE CRESCITA

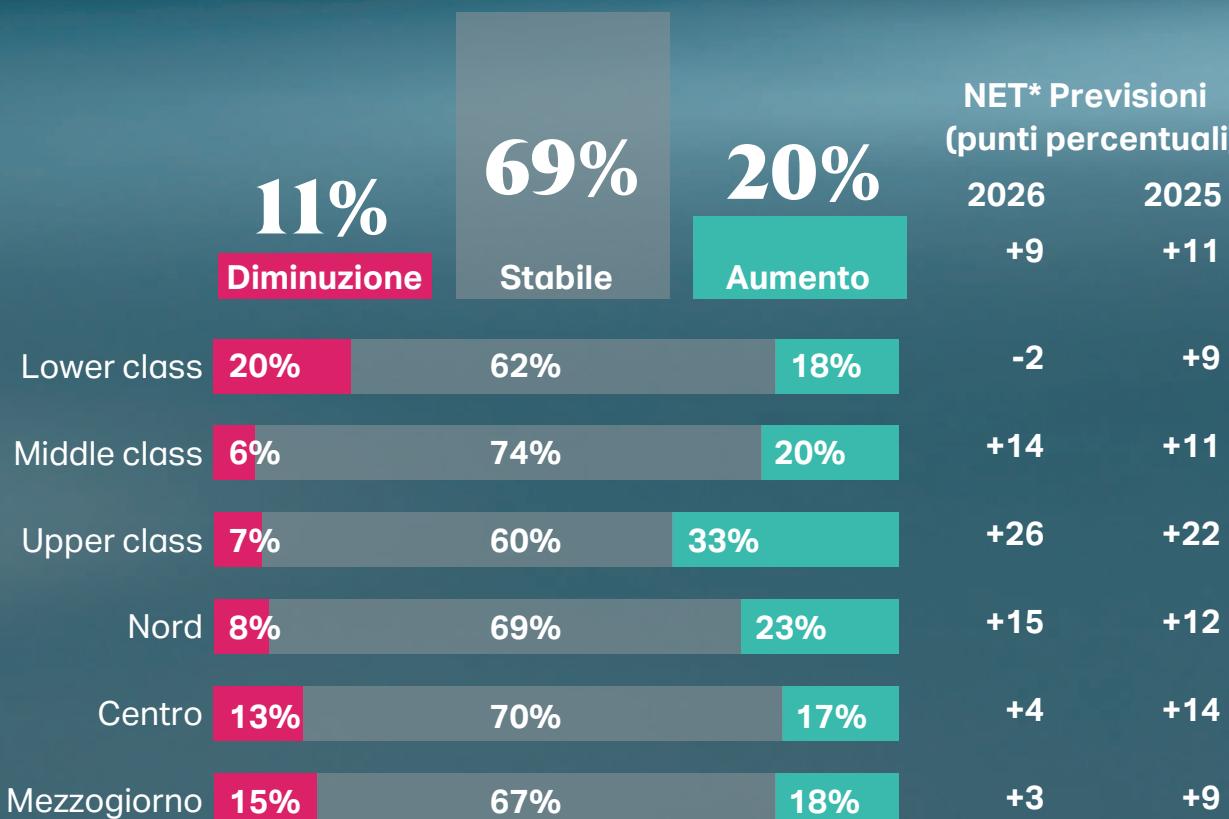
(Tasso di inflazione medio annuo in Italia per alimentari e bevande analcoliche, valori %, periodo gennaio-novembre)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Istat e "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025

STABILE LA CRESCITA DELL'HOME COOKING

(Come cambierà rispetto ad oggi la spesa per consumo domestico / spesa alimentare della sua famiglia nel 2026?, valori %, totale campione)



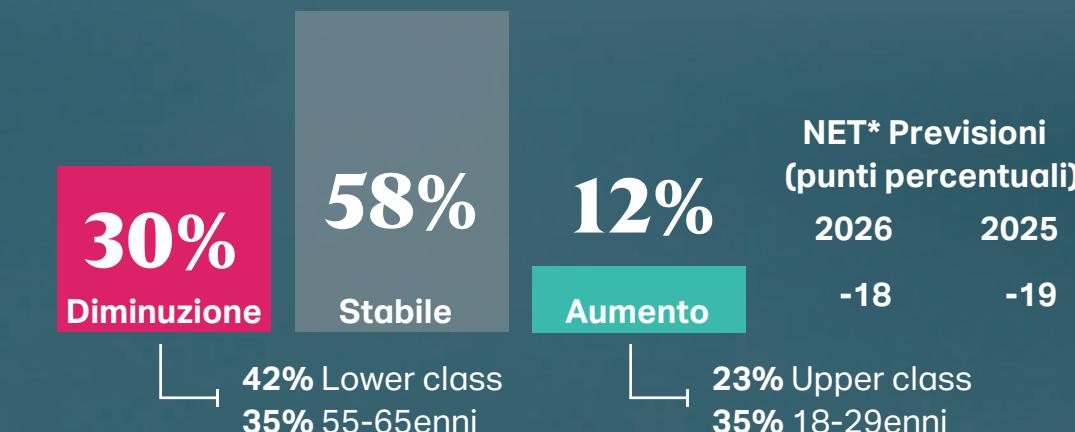
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

* Differenza tra "Aumento" e "Diminuzione"

Manager food & beverage - Titolari e manager di aziende dell'industria e retail alimentare iscritti alla community del Rapporto Coop (155 interviste)

L'OUTDOOR PREVISTO IN DIMINUZIONE

(Come cambierà rispetto ad oggi la spesa per colazioni, pranzi e cene fuori casa della sua famiglia nel 2026?, valori %, totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025



E PER CHI NON VUOLE CUCINARE, CRESCE ANCHE IL DELIVERY

(Valori %, totale campione)



#rapcoop25 italiani.coop

Il cibo al centro del benessere quotidiano, tra innovazione e più tempo in cucina

Image Midjourney IA

C'È VOGLIA DI RITORNO AI FORNELLI

(Valori %, totale campione)

70%

Italiani che nel 2026 opteranno per pietanze che richiedono preparazioni, anche lunghe, in cucina piuttosto che già pronte
+4% rispetto alle previsioni 2024

33%

Privilegeranno cibi con saperi nuovi, sperimentali, esperienziali rispetto a quelli tradizionali

IL BENESSERE PASSA ANCORA DALLA TAVOLA

(Quale aggettivo descrive meglio il cibo destinato al consumo domestico che acquisterà nel 2026?, valori %, totale campione)

61%
Salutare
66%
Previsioni 2025

54%
Semplice /
Autentico

46%
Tradizionale
51%
Previsioni
2025

29%
Poco costoso

26%
Sostenibile

28%
Essenziale

8%
Elaborato

5%
Previsioni 2025

5%
Lussuoso /
Gourmet

12%
Innovativo



* Differenza tra "Aumento" e "Diminuzione".

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

CIBI SEMPRE MENO ELABORATI, GRASSI O ZUCCHERATI

(Come modificherà le sue abitudini di acquisto di prodotti alimentari con le seguenti caratteristiche?, valori %, totale campione)



TANTA VOGLIA DI FRUTTA E VERDURA (E MOLTO POCA DI CARNE ROSSA)

(Rispetto a oggi come cambierà nel 2026 la spesa della sua famiglia per i seguenti alimenti?, valori %, totale campione)



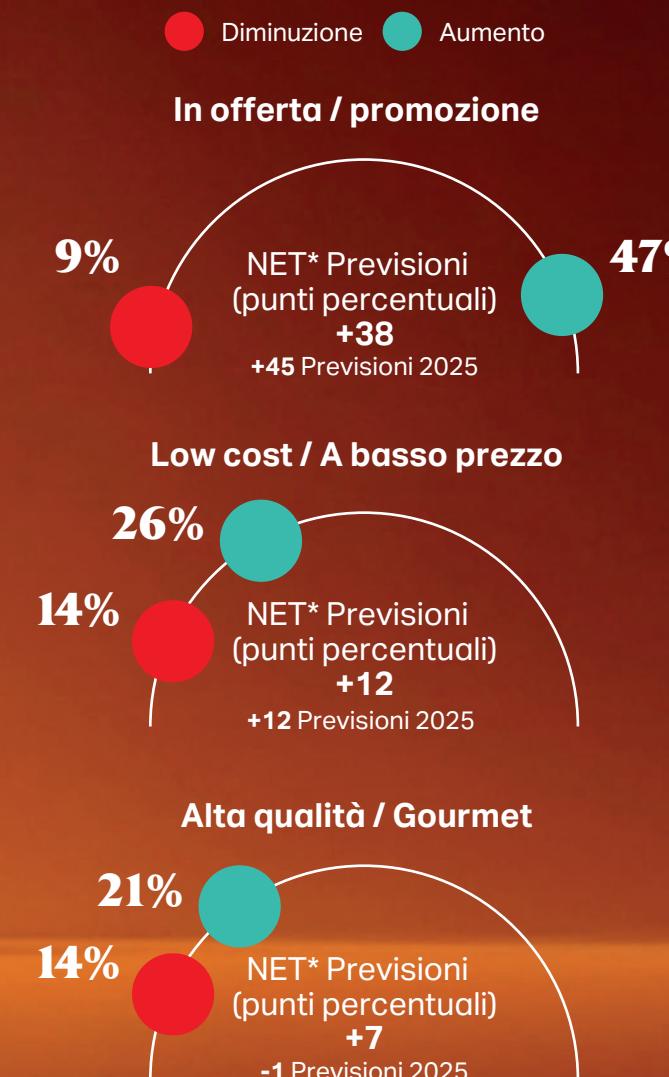
#rapporto25 italiani.coop

Nel carrello vince ancora la convenienza, ma c'è voglia di qualità



PROMO SÌ, MA ANCHE VALORE, ECCELLENZA E RICERCATEZZA

(Come modificherà nel 2026 le sue abitudini di acquisto di prodotti alimentari con le seguenti caratteristiche?, valori %, totale campione)



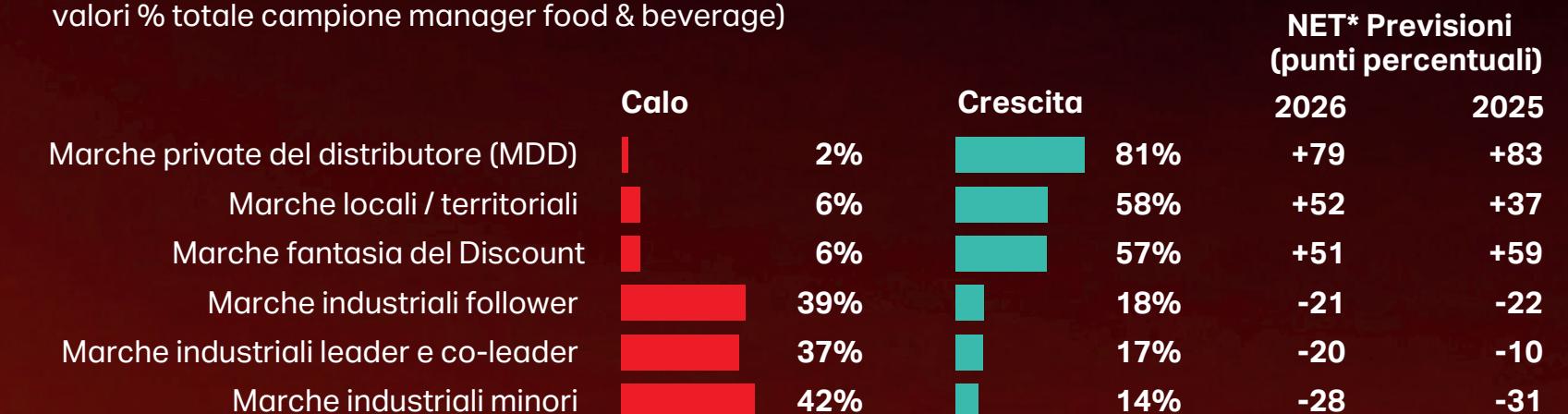
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

* Differenza tra "Aumento" e "Diminuzione"

Manager food & beverage - Titolari e manager di aziende dell'industria e retail alimentare iscritti alla community del Rapporto Coop (155 interviste)

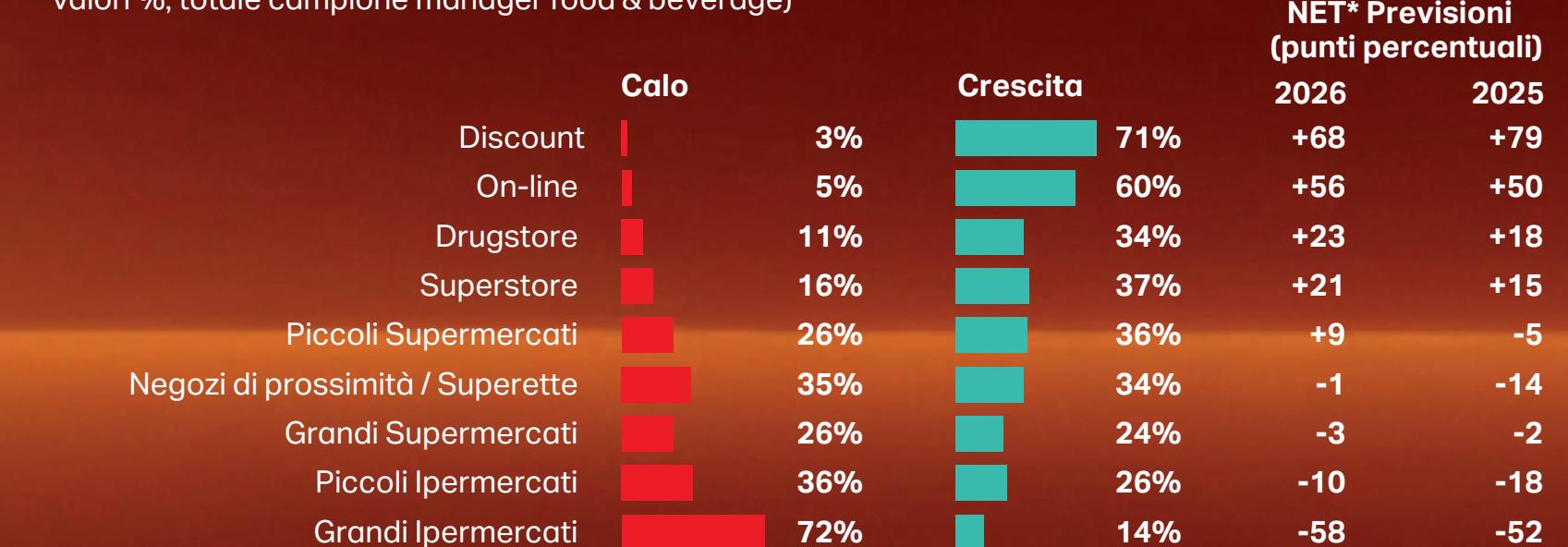
MDD E LOCAL GUIDANO LE SCELTE FOOD DEGLI ITALIANI

(Come pensa cambierà nei prossimi 12 mesi la spesa complessiva delle famiglie italiane per beni del largo consumo in ciascuno dei seguenti MARCHI?, valori % totale campione manager food & beverage)



LA CRESCITA DEI DISCOUNT RALLENTA MENTRE CRESCE L'ONLINE

(Come pensa cambierà nei prossimi 12 mesi la spesa complessiva delle famiglie italiane per beni del largo consumo in ciascuno dei seguenti CANALI?, valori %, totale campione manager food & beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025



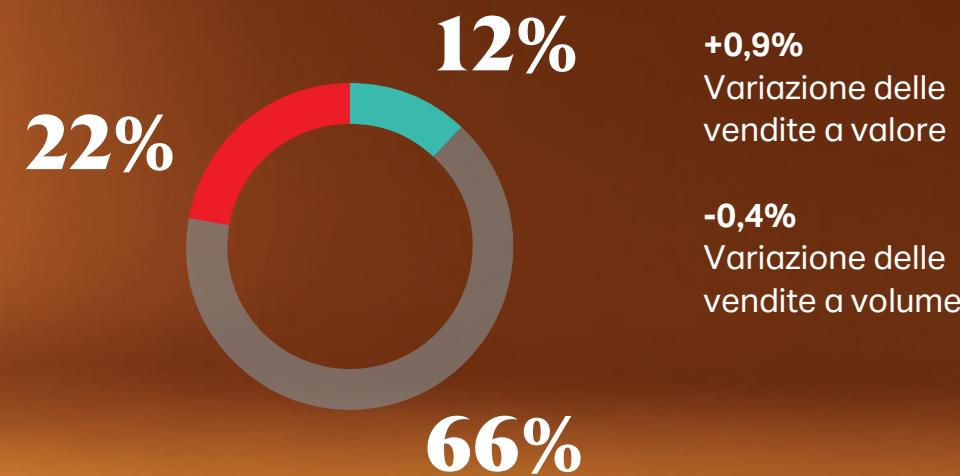
2026, un anno difficile per i manager della filiera. Innovazione e capitale umano per vincere

SCENARI COMPLESSI SECONDO I MANAGER PER L' LCC

(Valori %, totale campione manager food & beverage)

Come cambierà lo scenario del Largo Consumo Confezionato nel 2026 rispetto al 2025 secondo i manager italiani

■ Migliorerà ■ Rimarrà stabile ■ Peggiorerà



RICERCA, SVILUPPO E FORMAZIONE LE AREE IN CUI CRESCERE

(Priorità strategiche delle Aziende del settore del Largo Consumo Confezionato, valori %, totale campione manager food & beverage)

Strategie di mercato



Innovazione di prodotto/servizio
53% Retail
60% Industria

Adattamento dell'offerta ai nuovi stili alimentari salutistici
50% Retail
47% Industria

Offerta mirata a target specifici
57% Retail
47% Industria

Strategie di impresa



Capitale umano
57% Retail
47% Industria

Innovazione tecnologica di prodotti / processo

Ottimizzazione dei processi operativi

LA TECNOLOGIA È LA PROMESSA VINCENTE MENTRE LE MATERIE PRIME PREOCCUPANO I DECISION MAKER DI RETAIL E IMPRESA

(Come cambieranno nel 2026 rispetto al 2025 le performance del Largo Consumo Confezionato in relazione ai seguenti aspetti?, valori %, totale campione manager food & beverage)

Aspetto	NET* Previsioni (punti percentuali)				
	Miglioramento	Peggioramento	Totale	Retail	Industria
Innovazione tecnologica	60%	3%	+57	+64	+55
Attenzione verso la sostenibilità ambientale	34%	16%	+18	+27	+17
Vendite (a valore)	30%	17%	+13	-3	+21
Attenzione verso la sostenibilità sociale	19%	17%	+2	-7	+5
Penetrazione / posizionamento sui mercati esteri	18%	23%	-5	-12	-2
Investimenti strutturali	15%	23%	-8	+2	-10
Livelli occupazionali	10%	23%	-13	-7	-14
Costo del lavoro	7%	34%	-27	-27	-26
Costo delle materie prime e delle merci	17%	47%	-30	-47	-21
Margini / redditività	14%	44%	-30	-34	-29

DIGITALIZZAZIONE E LOGISTICA LE DIMENSIONI SU CUI INVESTIRE

(Ambiti di investimento prioritati e costi da attenzionare per le Aziende del settore del Largo Consumo Confezionato, valori %, totale campione manager food & beverage)

Ambiti di investimento



Digitalizzazione dei processi
50% Retail
41% Industria

Soluzioni per l'efficienza energetica e la gestione dei consumi
34% Retail
42% Industria

Tecnologie per la sostenibilità ambientale
30% Retail
42% Industria

Costi da attenzionare



Logistica e trasporti
59% Retail
48% Industria

Approvvigionamento delle materie prime
37% Retail
43% Industria

Energia

*Differenza tra "Miglioramento" e "Peggioramento"

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025