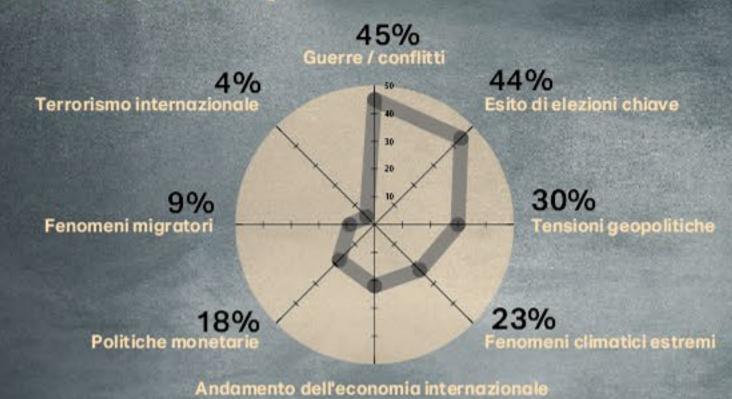
NON PIÙ L'ECONOMIA, A PREOCCUPARE SONO GUERRE E CLIMA

(Fattori che peseranno sullo scenario globale del 2024,

%, Totale campione Manager)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

#### LA RECESSIONE È SCONGIURATA

(Variazioni percentuali su base annua)

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati World Economic Forum e Oecd



ALLE SOGLIE (FORSE) DI UNA NUOVA TRUMP ERA

(Chi ha le maggiori chance di vincere le elezioni in USA?, %, Totale campione Manager)

38%
Donald Trump

17% Altro candidato

14% Joe Biden 14% Altro candidato

repubblicano

den Altro candidato democratico

A quali principi / parole chiave si ispireranno

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

#### LE DESTRE POTREBBERO AFFASCINARE L'EUROPA

(%, Totale campione Manager)

Chi uscirà rafforzato dalle

Elezioni Europee (Top3)

le politiche europee dopo le elezioni (Top3)

470/ Nazionalisti

520/ Crescita

32% Partiti Liberali di Centro-Destra

48% Sostenibilità (ambientale e socie

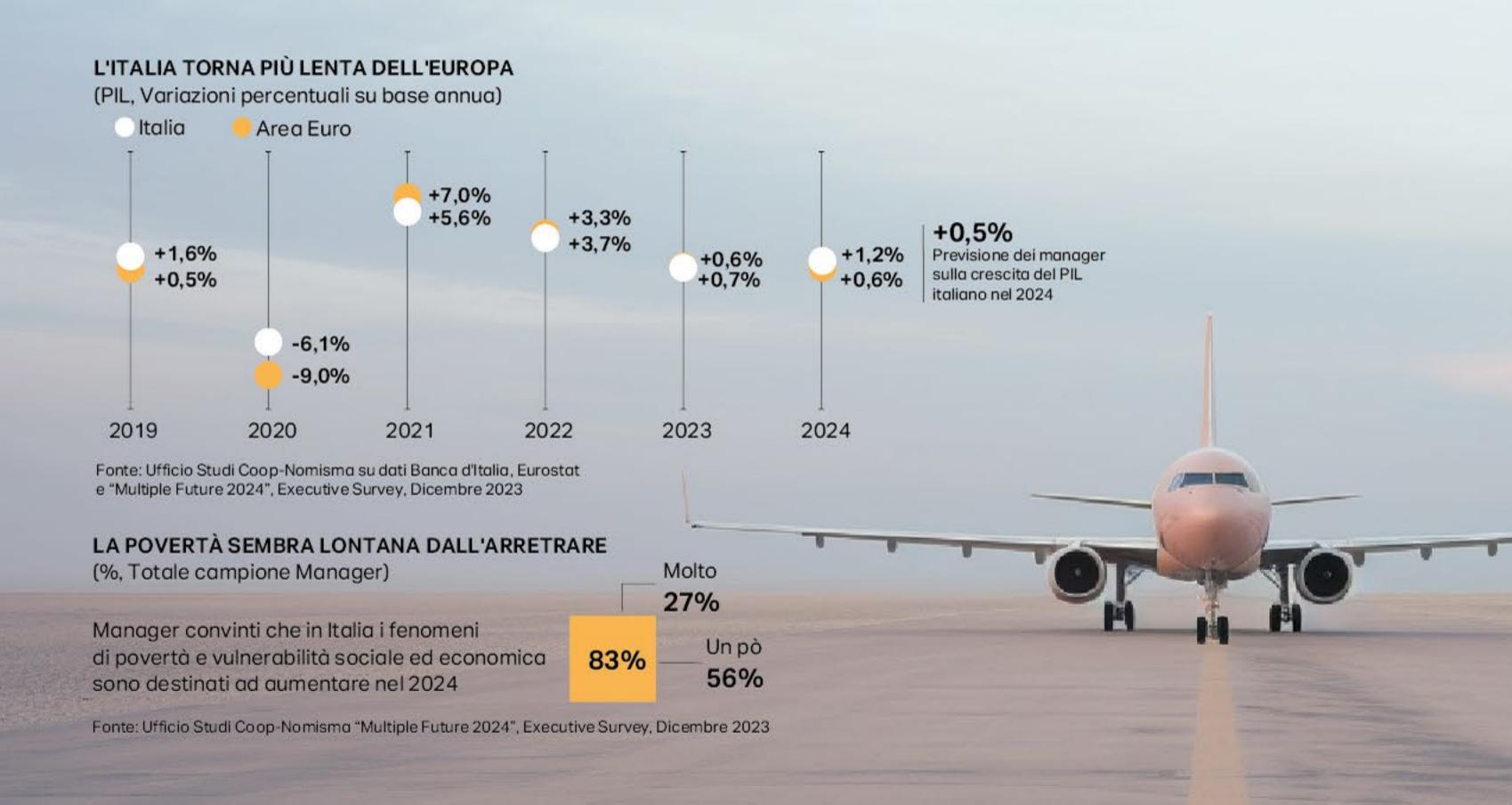
24% Estrema Destra

41% Immigrazione

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

2024, l'election year che potrebbe cambiare il mondo

## Pil, back to zero (point)



#### REDDITI FAMILIARI E FIDUCIA DEL PAESE SONO I PUNTI CRITICI DEL 2024

(Allargando l'orizzonte temporale ai prossimi 3/5 anni secondo lei la situazione dell'Italia sarà peggiore, migliore o in linea con la media dei Paesi Europei dal punto di vista di ..., %, Totale campione Manager)

Indicatore	Migliore	Peggiore
Tensioni sociali	16% —	30%
Stabilità politica / di Governo	12% —	36%
Crescita del PIL	9% -	47%
Livello di fiducia (di cittadini / imprese)	4%	<u> </u>
Condizioni economiche delle famiglie	3%	<b>76%</b>

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

#### LOTTA ALL'EVASIONE FISCALE E MENO TASSE LE DUE CURE PER IL PAESE

(Su cosa dovrebbero concentrarsi Governo e Istituzioni per migliorare lo scenario italiano?, %, Totale campione Manager)

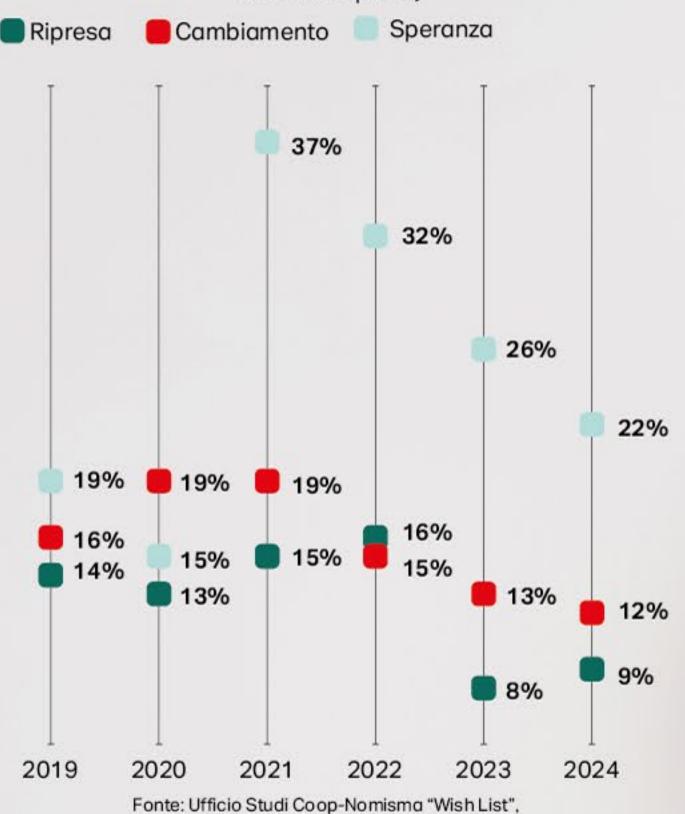


Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

## La quotidiana serenità degli italiani

#### LA SPERANZA CALA E LASCIA (IN PARTE) IL POSTO AL TIMORE

(Per lei il prossimo anno sarà sinonimo di ... %, Top5 2024, Totale campione)



Consumer Survey, Dicembre 2023 / 2020 / 2018

#### FIDUCIA NEGLI AFFETTI E PREOCCUPAZIONE NEL CONTESTO

(Quali aspetti della sua vita personale le generano maggiore speranza e preoccupazione, %, Totale campione)

SPERANZE	TOP3
Vita sociale / relazioni	80%
Stile di vita sano/sostenibile	77%
Stato di salute	75%
PREOCCUPAZIONI	ТОР3
Sicurezza personale/pubblica	57%
Capacità di spesa	43%
Situazione lavorativa	43%

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

## Gioia 9% Serenità 33% Aspettativa 40% Interesse 21% Allerta 13% Terrore 0% Paura 10% Timore 33%

Disgusto 5%

Repulsione 3%

Noia 3%

NEL 2024 DOMINA LA SERENITÀ ANCHE SE NON MANCA UN PO' DI INQUIETUDINE

(Con quale stato d'animo inizierà il 2024?, %, Totale campione)

Felicità 8%

Ammirazione 2%

Fiducia 43%

Sorpresa 5%

Stupore 1%

Distrazione 3%

Accettazione 28%

Irritazione 8%

Rabbia 3%

Collera 1%

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List",Consumer Survey, Dicembre 2023 - "What's Up?", Consumer Survey, Agosto 2023

Inquietudine 24%

Angoscia 7% Tristezza 6%

#### REDDITI E PREZZI NON CAMMINANO INSIEME PRONTI A CAMBIARE OCCUPAZIONE PUR DI GUADAGNARE SOLO UN ITALIANO SU 4 SI ASPETTA UN AUMENTO DI SALARIO (Variazioni percentuali, Periodo di riferimento 3° trimestre) (Per quale delle seguenti motivazioni accetterebbe di cambiare (In che misura si attende che il suo reddito mensile aumenti nel 2024?, %, il suo attuale lavoro?, %, Totale campione occupati) Totale campione occupati) Indice dei prezzi al consumo Retribuzione lorda\* +16% 11% Mi è già stato promesso un prossimo aumento di stipendio Maggiore 17% Si parla di un possibile rinnovo del Ccnl remunerazione 37% Spero ci possa essere un aumento ma non ho elementi concreti 27% Sono abbastanza sicuro che non guadagnerò di più 4% Mi aspetto di dover guadagnare di meno 4% Avverto il rischio di poter perdere il mio lavoro attuale 2019 2020 2021 2022 2023 Settimana Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023 lavorativa corta \*per unità di lavoro Fonte: Ufficio Studi Coop -Nomisma su dati Istat PIÙ ORE E PIÙ LAVORI PUR DI FAR CRESCERE I REDDITI UN ITALIANO SU 3 TEME UN PEGGIORAMENTO Possibilità di crescita personale (Valori percentuali) (Strategie di reddito che gli italiani stanno già adottando o inizieranno ad adottare nel 2024 per far fronte all'aumento dei prezzi, %, Totale campione occupati) ■45-54 18-29 30-44 27% Fascia di età **55-65 33**% Italiani che temono un peggioramento della situazione Maggiore solidità contrattuale lavorativa personale e/o familiare 53% 53% 51% 34% 43% 43% 27% 27% 53% 55% 41% 38% Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023 Aumento il numero Faccio lavoretti Faccio due lavori aggiuntivi di ore lavorate

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Whis List", Consumer Survey, Dicembre 2023



52%

27%

Gratificazione,

indipendenza

e responsabilità

#### GLI ITALIANI RIMANDANO O RINUNCIANO AI GRANDI PROGETTI DI VITA ...E TENTIAMO DI MIGLIORARE IL NOSTRO PRESENTE (Nel 2024 pensando di ..., %, Totale campione) **FAMIGLIA** LAVORO Var. (%, Totale campione 20-40enni) (%, Totale campione occupati) sul 2023 Acquistare uno Sviluppare competenze + 3 p.p. smartphone nuovo nel settore tecnologico 51% 11% 10% 56% Nonsono Pensano di cambiare Pensano di fare Nonsono un figlio nel 2024 lavoro nel 2024 interessati Intraprendere una Acquistare un nuovo 28% 30% + 9 p.p. esperienza di volontariato elettrodomestico Vorrebbero farlo Vorrebbero cambiarlo ma non pensano accadrà ma non pensano accadrà Fare un viaggio Iniziare un progetto 10% 4% Lo hanno già fatto + 7 p.p. Lo hanno già fatto all'estero artistico e creativo Fare un viaggio Esplorare nuove forme di spiritualità e meditazione in Italia CASA RESIDENZA

Pensano di trasferirsi

Vorrebbero trasferirsi

Lo hanno già fatto

ma non pensano accadrà

all'estero nel 2024

28%

1%

(%, Totale campione)

67%

Nonsono

interessati

(%, Totale campione)

48% Non sono

interessati

8%

29%

15%

Pensano di acquistare

Vorrebbero ma non

pensano accadrà

Lo hanno già fatto

casa nel 2024

Sbiadisce la voglia di futuro

26%

17%

13%

13%

#### IL PEGGIO (INFLATTIVO) SEMBRA PASSATO

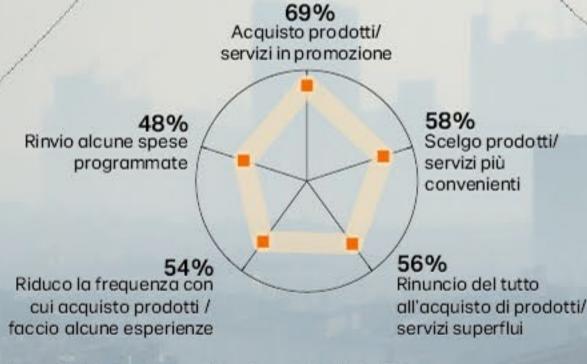
(Tasso di inflazione su base annua e cumulativo dei prezzi al consumo in Italia, Periodo di riferimento novembre)



\* Previsioni Prometeia Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Istat e Prometeia

#### PROMO, CONVENIENZA E NIENTE DI SUPERFLUO, QUESTO IL CARRELLO 2024

(Quali sono le sue strategie per far fronte all'aumento dei prezzi?, %, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

#### **ANCORA TAGLI PER 1 ITALIANO SU 4**

(QUANTITÀ di beni e servizi acquistati nei prossimi 12 mesi, %, Totale campione)

	Aumento	//// Stabile	Diminuzione		Net*
Agosto 2023	11%		54%	35%	-24 p.p.
Dicembre 2023	13%		64%	23%	-10 p.p.

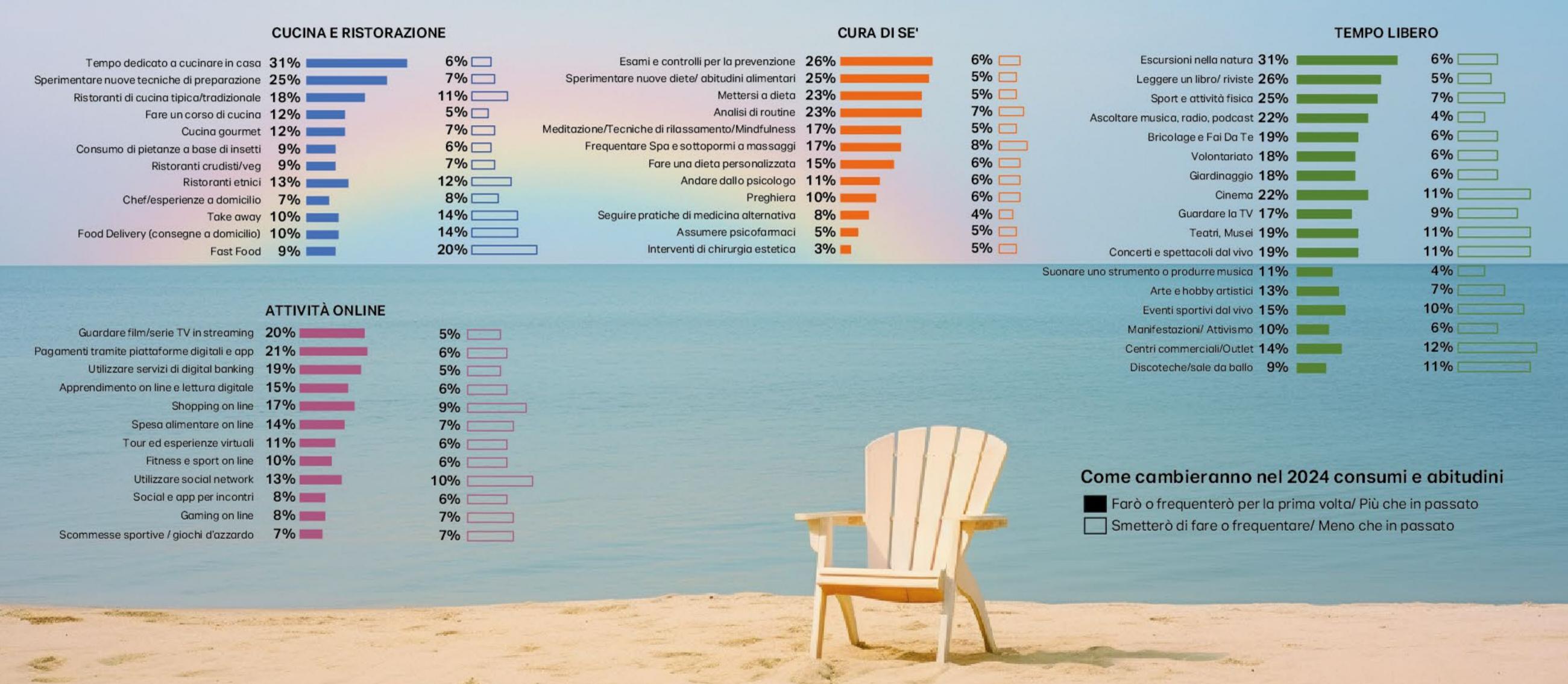
1			Net*	
	Aumento	Diminuzione	Dic-23	Ago-23
Salute fisica	24%	14%	+10 p.p.	-10 p.p.
Alimentari e bevande	16%	11%	+5 p.p.	- 1 p.p.
Attività sportiva	20%	22%	-2 p.p.	-31 p.p.
Viaggi e vacanze in Italia / Europa	20%	28%	-8 p.p.	-38 p.p.
Cura di sé	13%	21%	-8 p.p.	-28 p.p.
Salute psicologica	13%	22%	-9 p.p.	-24 p.p.
Abbigliamento e calzature (nuovo)	11%	27%	-16 p.p.	-29 p.p.
Concerti, spettacoli, divertimento, .	15%	33%	-18 p.p.	-39 p.p.
Viaggi e vacanze extra-europei	16%	35%	-19 p.p.	-40 p.p.
Pranzi / cene al ristorante	12%	36%	-24 p.p.	-40 p.p.
Aiuto domestico	7%	39%	-32 p.p.	-39p.p.

\* differenza tra percentuale in aumento e in diminuzione
Fonte: Ufficio Studi Coop -Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023
"What's Up?", Consumer Survey, Agosto 2023

### 2024, low budget (s) low life Tempo dedicato a cucinare in casa **\*** Escursioni nella natura Esami e controlli per la prevenzione Leggere un libro/ riviste 💥 Sperimentare nuove tecniche di preparazione alimentare Sport e attività fisica

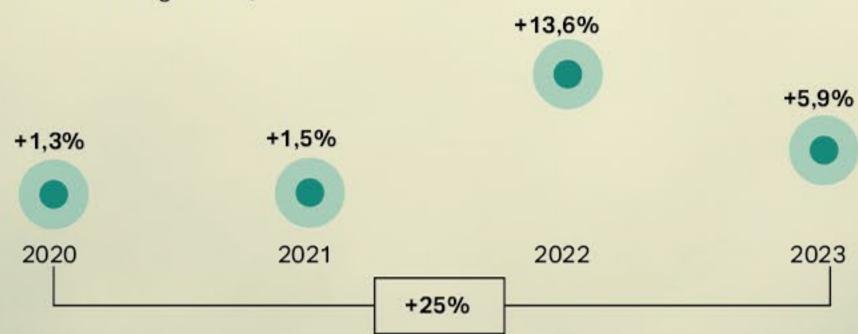


## 2024, più tempo per sé e meno outdoor e fast life



#### L'INFLAZIONE ALIMENTARE ANCORA ALTA

(Tasso di inflazione su base annua e cumulativo dei prezzi al consumo di prodotti alimentari e bevande analcoliche in Italia, Periodo di riferimento novembre di ogni anno)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Istat

#### NECESSITÀ E PROMO I DRIVER PER FRONTEGGIARE IL CAROVITA

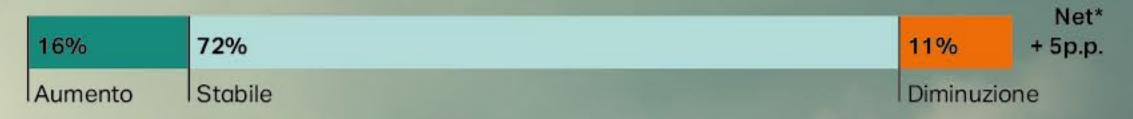
(Principali strategie per far fronte all'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari, %, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

#### SI TORNA A PENSARE DI RIMPINGUARE IL CARRELLO

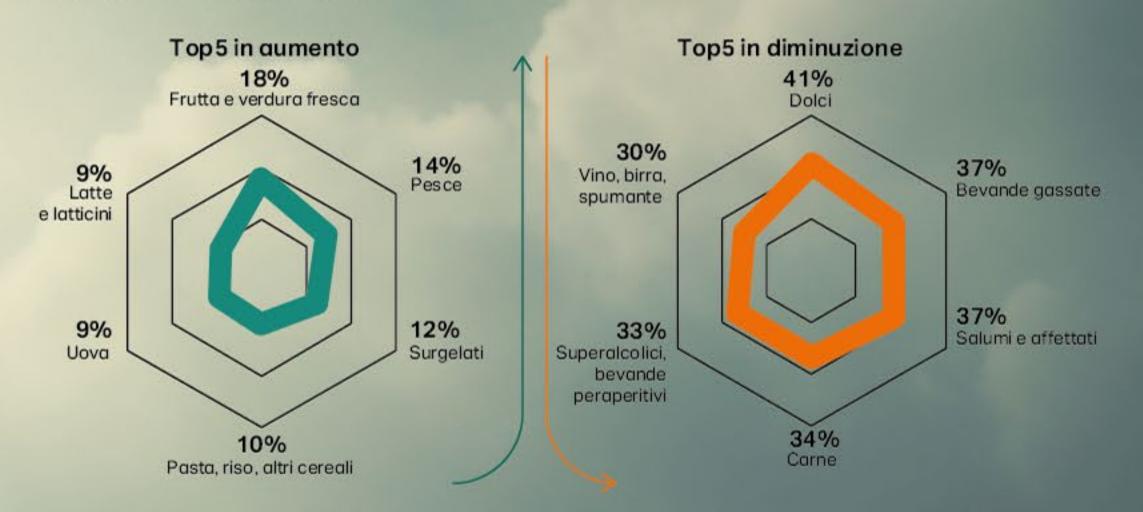
(Nel 2024 come cambierà rispetto ad oggi la quantità di cibo per consumo domestico /spesa alimentare, %, Totale campione)



\* Differenza tra percentuale in aumento e in dimuzione Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

#### TORNA L'ORTOFRUTTA IN TAVOLA E CONTINUANO A MANCARE I DOLCI

(Nel 2024 come cambierà rispetto ad oggi la quantità acquistata dei seguenti prodotti alimentari e bevande, %, Totale campione)

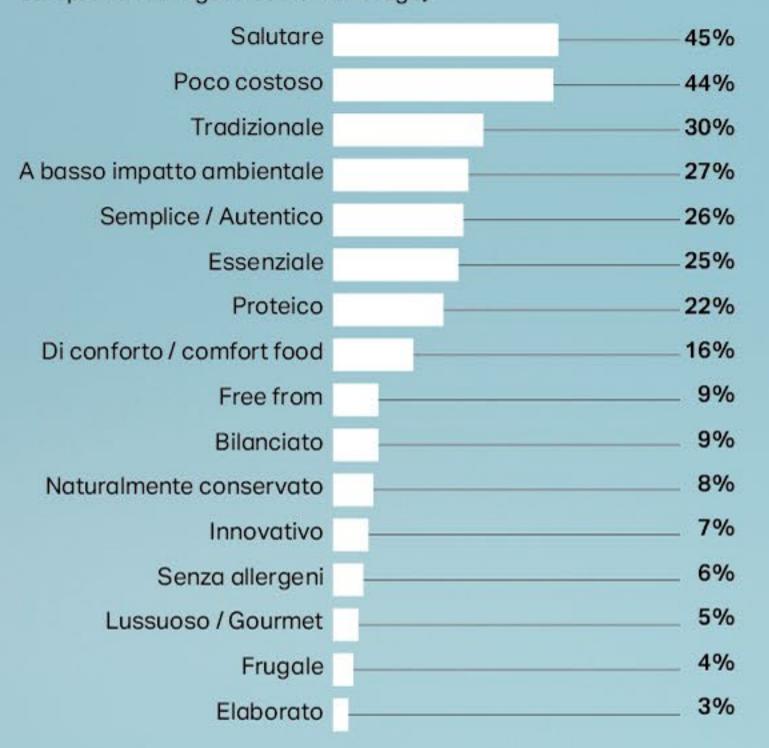


Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

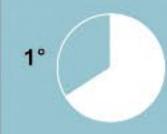
# La tenuta della spesa alimentare (sempre sana ed economica)

#### RISPARMIO E SALUTE GUIDANO ANCORA NEL 2024 LE SCELTE

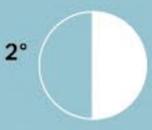
(Quale aggettivo descrive meglio il cibo destinato al consumo domestico che gli italiani acquisteranno nel 2024, %, Campione Manager Food & Beverage)



(Quali tra i seguenti driver di acquisto si affermeranno maggiormente nel 2024?, %, Top3, Campione Manager Food & Beverage)



66% Rapporto qualità-prezzo



**50%**Convenienza e risparmio

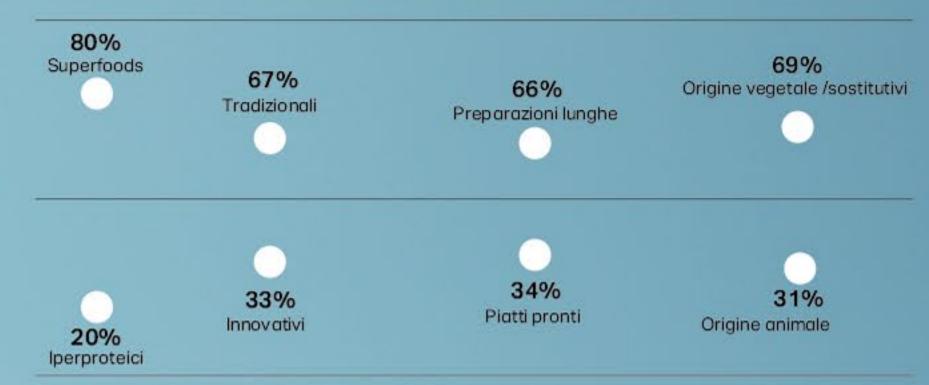


41% Salute e benessere

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

#### NEL 2024 SUPERFOOD, TRADIZIONE E PLANT-BASED

(Nel 2024 privilegerà gli acquisti di prodotti alimentari ..., %, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

#### IL FUTURO DELLA TAVOLA TRA INSETTI E ALGHE AFFASCINA GLI ITALIANI

(Secondo lei quali nuovi cibi compariranno sulla sua tavola nei prossimi 10 anni?, %, Totale campione)

Prodotti a base di farina di insetti	29%
Sostituti dei carboidrati innovativi	27%
Prodotti a base vegetale con il sapore di carne	26%
Carne coltivata/in vitro	23%
Prodotti a base di alghe (spirulina, clorella,)	18%
Alimenti funzionali personalizzati	18%
Prodotti a base di semi iperproteici	17%

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Wish List", Consumer Survey, Dicembre 2023

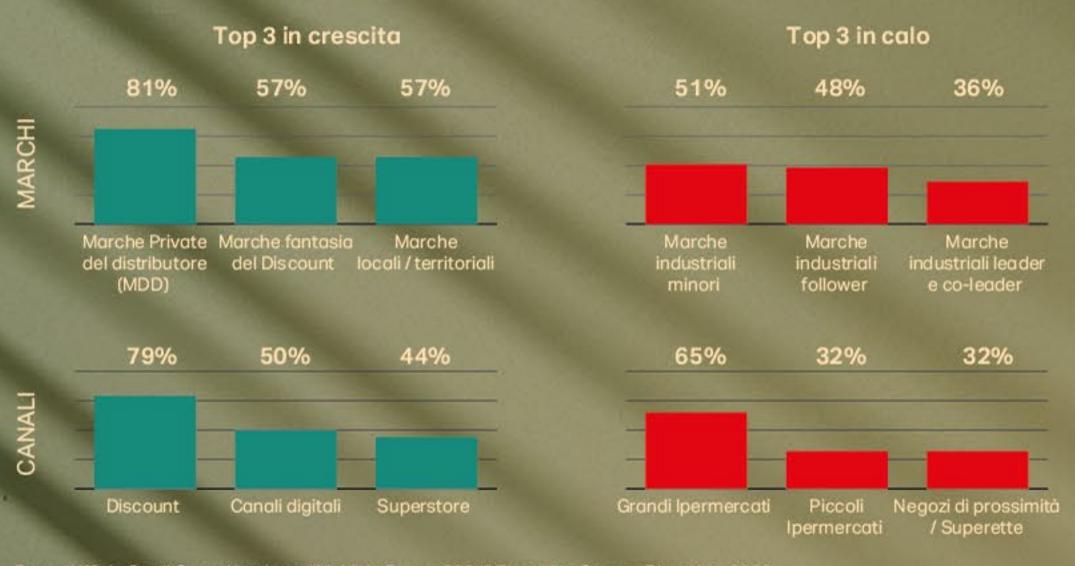
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023



## 2024, l'anno della marca del distributore

#### CRESCE ANCORA IL DISCOUNT, SI RIDUCE LA MARCA INDUSTRIALE

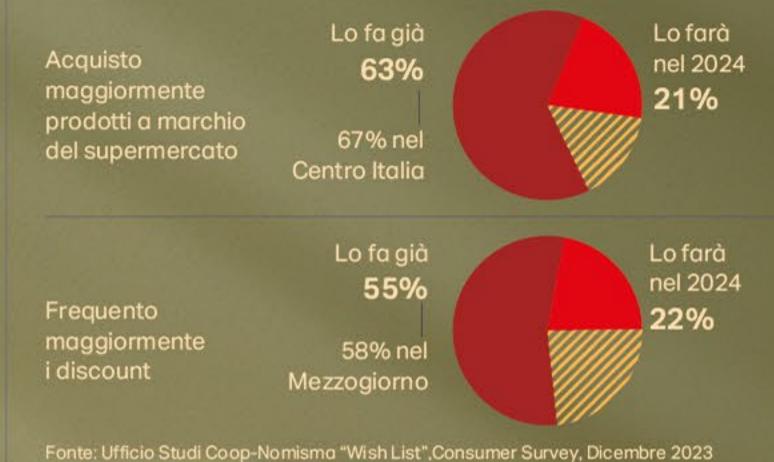
(Come pensa cambieranno nel 2024 le abitudini degli italiani relativamente all'acquisto dei prodotti delle seguenti Marche e canali di vendita di prodotti alimentari?, %, Campione Manager Food & Beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023

#### LE STRATEGIE DI RISPARMIO DEL 2023 CONFERMATE NEL 2024

(Quali sono le sue strategie per far fronte all'aumento dei prezzi dei beni e servizi che acquista di solito?, %, Totale campione)



## 2024, UN LIEVE DISCESA PER L'INFLAZIONE ALIMENTARE

(Previsioni 2024 su inflazione e vendite del Largo Consumo Confezionato nella GDO, %, Campione Manager Food & Beverage)

#### +3,0%

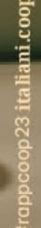
Variazione dei prezzi al consumo rispetto al 2023

#### -0,5%

Variazione delle vendite a volume rispetto al 2023

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Multiple Future 2024", Executive Survey, Dicembre 2023





#### CONTINUA LA SCALATA DELL'MDD

(Quali fenomeni competitivi pensa che si affermeranno maggiormente nei prossimi 3/5 anni nel settoredella GDO?, %, Campione Manager Food & Beverage)

67% Crescita dell' MDD

48% Crescita del discount

40% Innovazione tecnologica nei punti vendita 40% Rafforzamento dell'omnicanalità

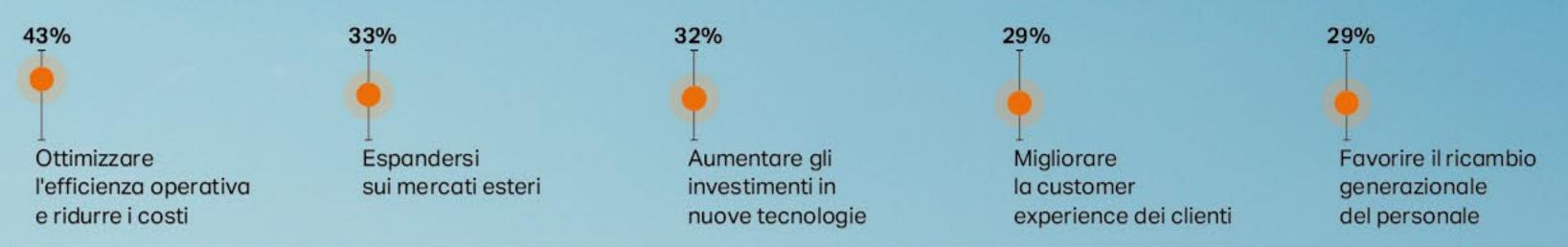
--- 37% Maggiore personalizzazione dell'offerta

--- 35% Acquisto / fusioni tra grandi gruppi (della distribuzione / industriali)

28% Intensificazione della "guerra dei prezzi" 28% Intensificazione delle strategie promozionali

#### PRESIDIARE IL FUTURO, LA FORMULA DEL SUCCESSO

(Quali strategie dovrebbe adottare un'azienda che opera nel suo settore per affrontare al meglio le sfide del 2024?, %, Top5, Campione Manager Food & Beverage)

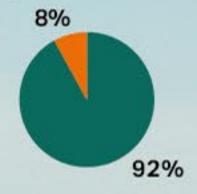


#### LA SOSTENIBILITÀ IN OGNI FORMA È IL DRIVER DEL FUTURO

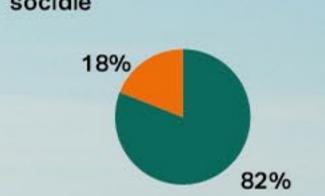
(Come pensa cambieranno nel 2024 rispetto al 2023 le performance del suo settore relativamente a...?, %, Campione Manager Food & Beverage)

Stabile / in crescita
 In calo

Attenzione verso la sostenibilità ambientale

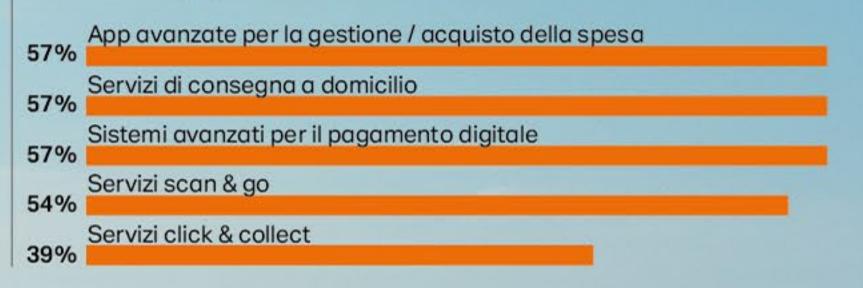


Attenzione verso la sostenibilità sociale



#### PAGAMENTI LEGGERI E SPESA A CASA, LE NOVITÀ TECH DEL RETAIL ITALIANO

(Secondo lei quali tecnologie / servizi tecnologici si diffonderanno maggiormente nei punti vendita della GDO nei prossimi 5 anni? %, Top5, Campione Manager Food & Beverage)



# Efficenza e innovazione le nuove traiettorie del food italiano