Italiani risparmiosi e tenaci. Così li racconta il rapporto Coop 2014

011-b44577ba

Italiani in affanno. Ci sono pochi dubbi in proposito. E Italia sempre più spaccata in due: fra ricchi e poveri; tra Nord e Sud. Eppure, nonostante abbiano già preso il volo 15 punti di Pil (per capirci 230 mld di euro), gli abitanti del Belpaese non smettono di stupire per le spiccate doti di adattamento.

È questo il quadro che emerge dal Rapporto Coop 2014 “Consumi & Distribuzione”. Una panoramica complessa e articolata che - prima di scendere nel dettaglio del Modern retail- si sofferma a indagare abitudini, criticità, potenzialità e propensioni dell’Italia di oggi.

[caption id="attachment_30492" align="aligncenter" width="488"]Fonte: Rapporto Coop 2014 Fonte: Rapporto Coop 2014[/caption]

L’aria che tira non può dirsi buona (il 77% degli italiani rispetto al 43% media europea dà un giudizio pessimo sulla qualità della vita nel proprio Paese e se si chiede un giudizio sullo stato dell’economia la percentuale dei negativi raggiunge il tetto del 91%). Gli italiani, però, dimostrano di saper incassare i colpi, rivoluzionando il proprio stile di vita. Dopo anni di calo tornano a crescere i depositi (1,7% la maggiore quota di reddito risparmiato nell’ultimo biennio) e il 41% degli italiani dichiara di destinare al risparmio il denaro disponibile dopo aver soddisfatto bisogni essenziali. Fra gli obiettivi del risparmio spiccano temi classici, quasi ancestrali della società italiana: il futuro dei figli e le esigenze legate alla casa di proprietà.

E poi gli abitanti del Belpaese si sanno adattare bene alle novità: come dimostra l’entusiasmo con cui hanno accolto lo sharing, la condivisione. Sia che si parli dell’auto, della bici, della casa o di altri beni/servizi.

[caption id="attachment_30493" align="aligncenter" width="437"]Fonte: Rapporto Coop 2014 Fonte: Rapporto Coop 2014[/caption]

Sul fronte dei consumi la situazione non è rosea, anche se c'è qualche eccezione legata alla cucina e alla tecnologia. I soli comparti che non decrescono, infatti, sono il cibo (ma solo nelle sue varianti salutistico, etico, etnico, biologico/vegano e tra le mura domestiche, mentre il fiori casa continua a soffrire) e la tecnologia specie se mobile. Il 46% degli italiani utilizza internet in mobilità per una media di 2 ore al giorno, ma sono collegati in rete in totale per quasi 5 ore al giorno e l'e-commerce è cresciuto del 20,4% solo nell'ultimo anno. E' Internet la nuova piazza della spesa che sottrae terreno ai negozi fisici, anche ai supermercati e ai discount.