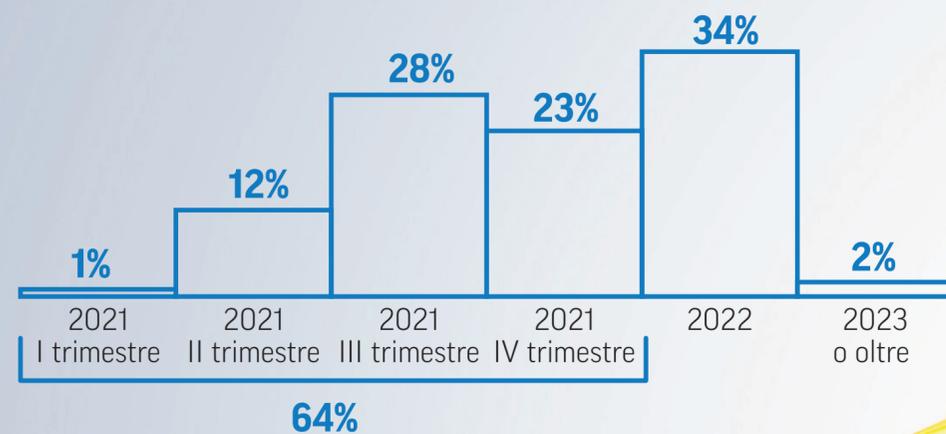


SI RIPARTE DAL LAVORO

QUASI FUORI DALLA PANDEMIA (PER GLI EXECUTIVE)...

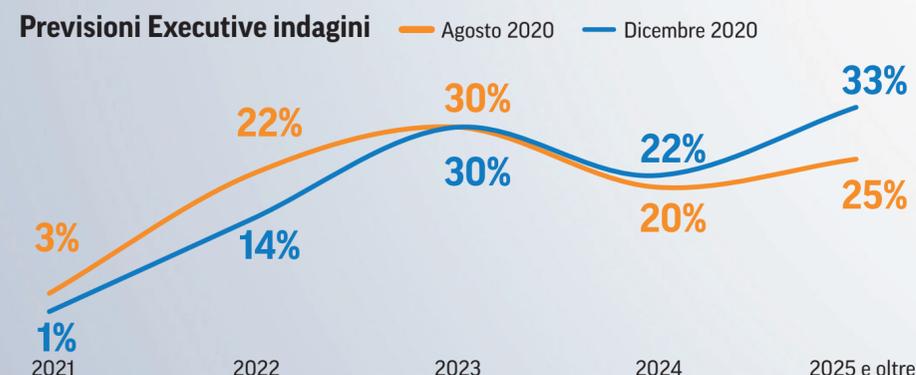
SECONDO LEI, QUANDO L'EMERGENZA SANITARIA POTRÀ DIRSI SOSTANZIALMENTE CONCLUSA E LE PERSONE POTRANNO RIPRENDERE UNA VITA NORMALE? (% RISPONDENTI)



Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani" Executive Survey, Dicembre 2020

... MA PER LA RIPRESA ECONOMICA CI VORRÀ PIÙ TEMPO DEL PREVISTO

SECONDO LEI, QUANDO L'ECONOMIA ITALIANA TORNERÀ AI LIVELLI PRE-COVID? (% RISPONDENTI)

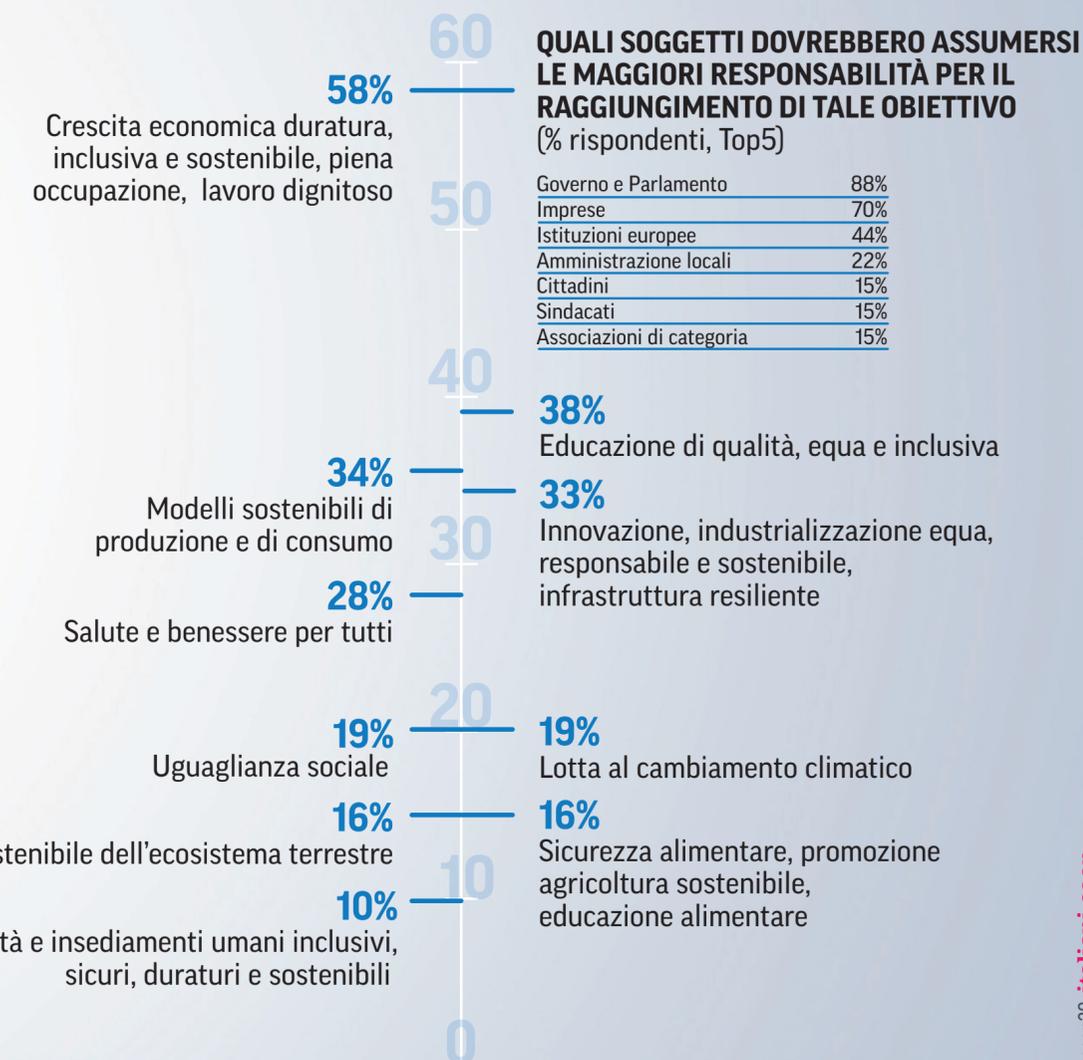


Fonte: Ufficio Studi Coop "Italia 2021. Il Next Normal degli italiani", Executive Survey, Agosto 2020
 Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020



LAVORO E CRESCITA ECONOMICA SONO LE PRIORITÀ MA SENZA TRALASCIARE ISTRUZIONE, SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE

QUANDO L'EMERGENZA SANITARIA SARÀ FINITA, NEL NUOVO CONTESTO SOCIOECONOMICO CHE CI ATTENDE QUALI OBIETTIVI DOVREBBERO ESSERE PRIORITARIAMENTE PERSEGUITI DAL SISTEMA PAESE? (% RISPONDENTI, POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)



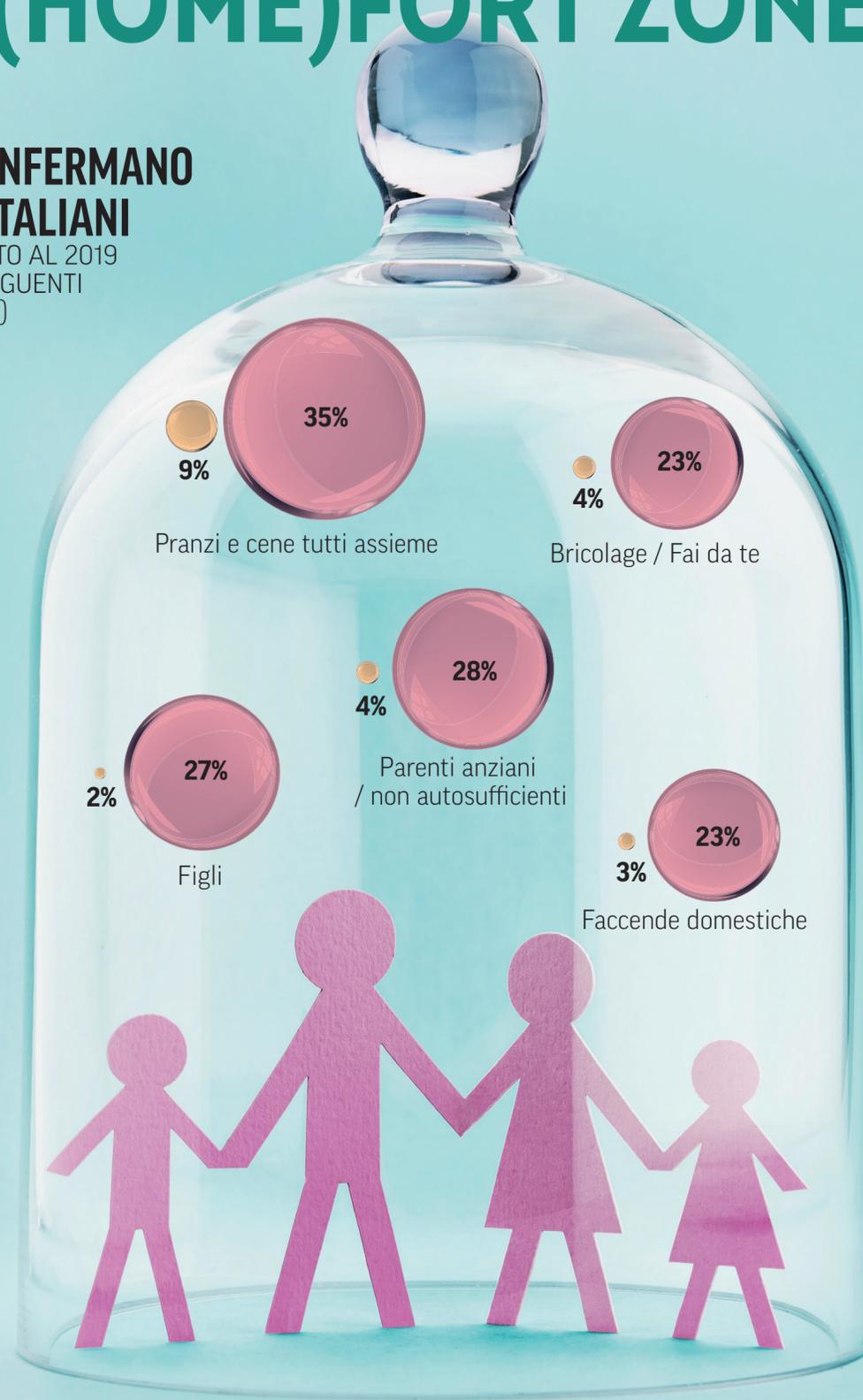
Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani" Executive Survey, Dicembre 2020

DALLA C(HOME)FORT ZONE ALLA NUOVA VOGLIA DI LIVE

CASA E FAMIGLIA SI CONFERMANO SPAZI ELETTIVI DEGLI ITALIANI

NEL 2021 COME CAMBIERÀ RISPETTO AL 2019 IL TEMPO CHE DEDICHERÀ ALLE SEGUENTI ATTIVITÀ IN CASA? (% RISPONDENTI)

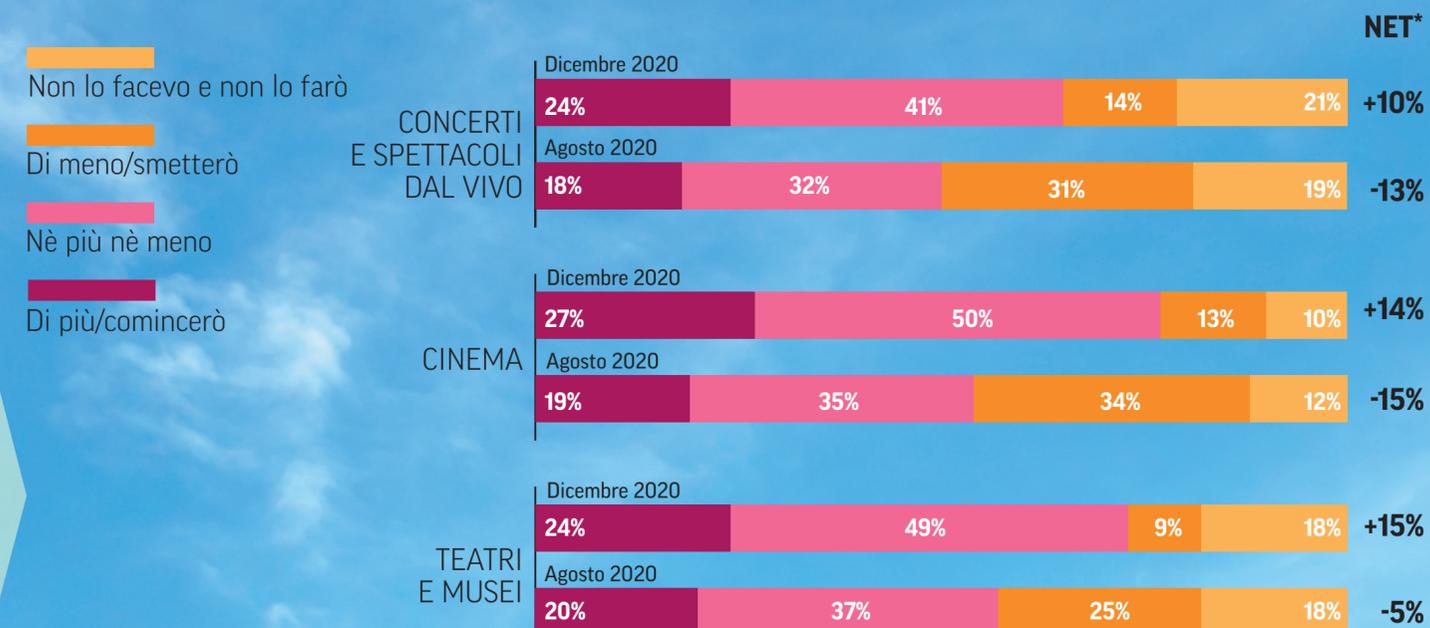
- PIÙ TEMPO / COMINCERÒ
- MENO TEMPO / SMETTERÒ



Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020;

ANCHE SE TORNA IL BISOGNO DI VITA OUTDOOR...

NEL 2021, QUANDO L'EMERGENZA SANITARIA SARÀ FINITA, COME CAMBIERÀ RISPETTO AL 2019 LA FREQUENZA CON CUI FARÀ LE SEGUENTI ATTIVITÀ NEL SUO TEMPO LIBERO? (% RISPONDENTI)

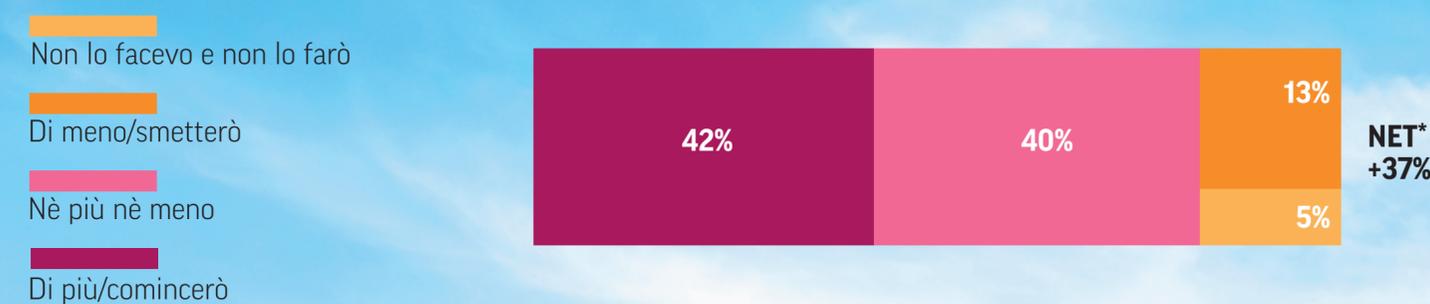


* Differenza tra "Di più / comincerò" e "Di meno / smetterò"

Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020;
Ufficio Studi Coop "Italia 2021, il Next Normal degli italiani", Consumer survey, Agosto 2020

...MA I VERI PROTAGONISTI SARANNO I VIAGGI

NEL 2021, QUANDO L'EMERGENZA SANITARIA SARÀ FINITA, COME CAMBIERÀ RISPETTO AL 2019 LA FREQUENZA CON CUI VIAGGERÀ O PARTIRÀ PER UNA VACANZA? (% RISPONDENTI)



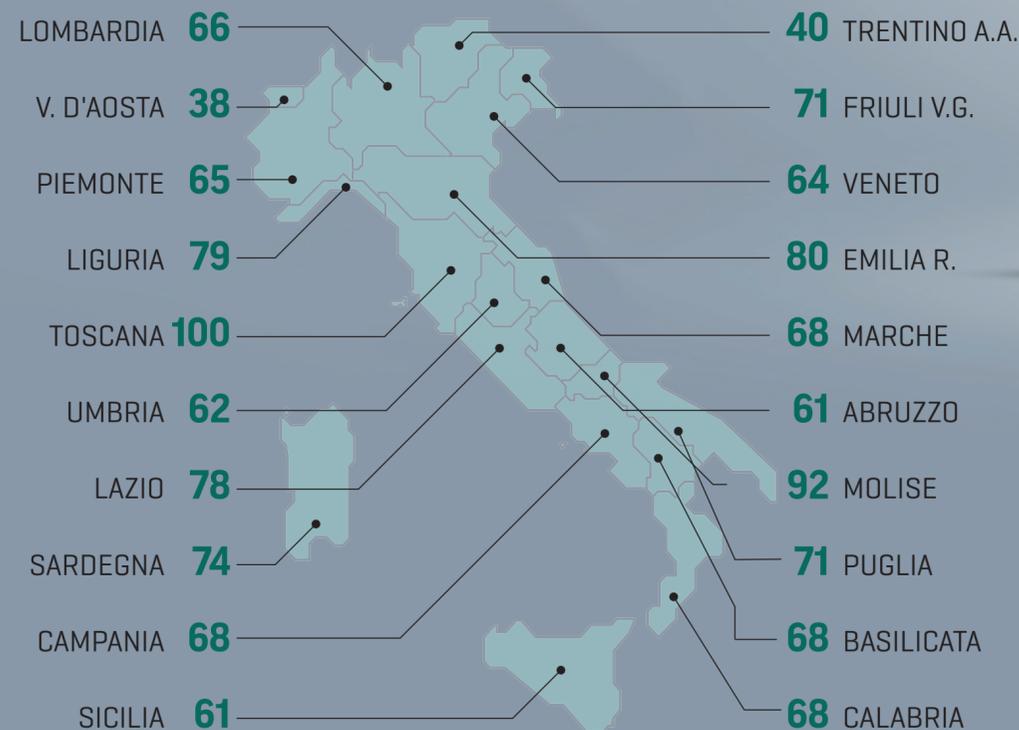
* Differenza tra "Di più / comincerò" e "Di meno / smetterò"

Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020;
Ufficio Studi Coop "Italia 2021, il Next Normal degli italiani", Consumer survey, Agosto 2020

CAMPAGNA VACCINI, TRA RICERCHE SUL WEB E QUALCHE INCERTO

DOPO IL V-DAY, IN CERCA DI INFORMAZIONI SUL WEB

GOOGLE TRENDS ITALIA - "VACCINO COVID" - DICEMBRE 2020
(VALORI INDICE, 100=PICCO DI RICERCA)



Fonte: Google Trends Italia



DA COME PRENOTARSI, AGLI EFFETTI COLLATERALI, LE RICERCHE AI TEMPI DEL VACCINO

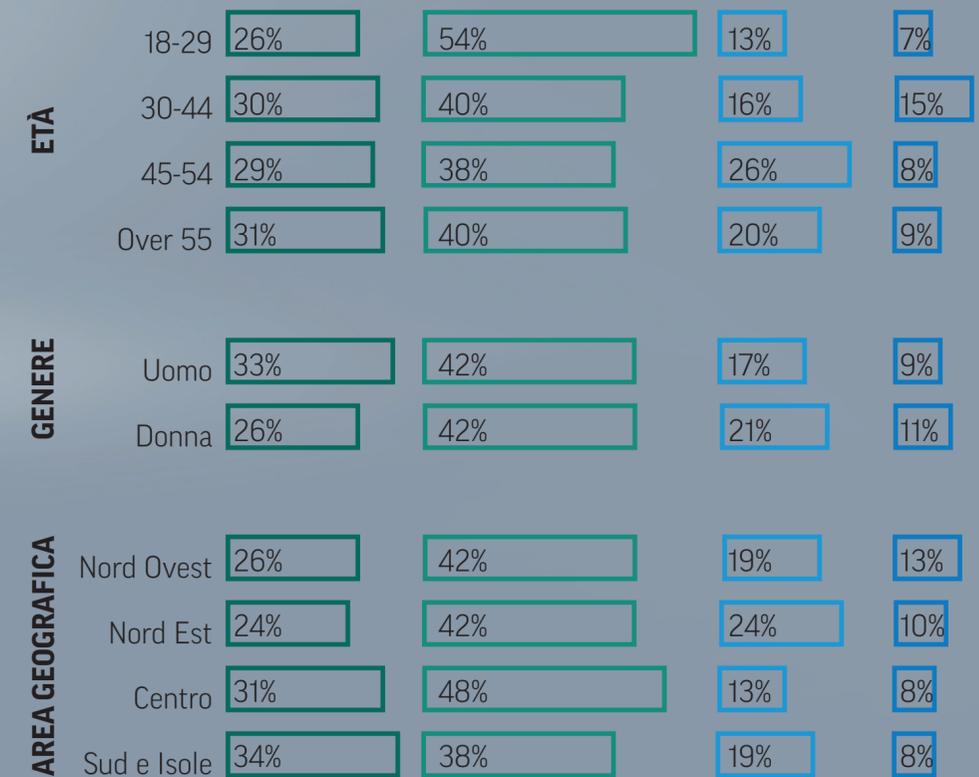
GOOGLE TRENDS ITALIA
"VACCINO COVID" - DICEMBRE 2020
TOP10 QUERY ASSOCIATE

Fonte: Google Trends Italia

- PRENOTAZIONE VACCINO COVID
- REAZIONI ALLERGICHE VACCINO COVID
- BUGIARDINO VACCINO COVID
- AIFA VACCINO COVID
- VACCINO COVID E GRAVIDANZA
- COME FUNZIONA IL VACCINO ANTI COVID PFIZER
- VACCINO COVID EFFETTI COLLATERALI
- CONTROINDICAZIONI VACCINO COVID
- PFIZER
- VACCINO COVID PFIZER

L'IDENTIKIT DI CHI SI VUOLE VACCINARE E CHI CI STA PENSANDO

NON APPENA SARÀ DISPONIBILE PER TUTTI IL VACCINO CONTRO IL COVID, LEI SI VACCINERÀ? (% RISPONDENTI)

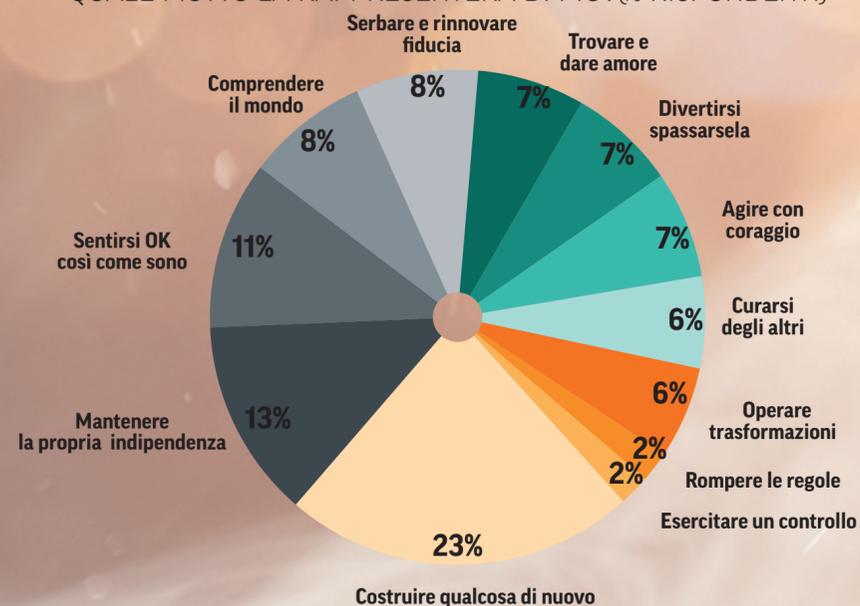


Fonte: Nomisma - Ufficio Studi.Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020

NEL 2021, ITALIANI IN CERCA DI CAMBIAMENTO

NEL POST-COVID SI DESIDERA PRIMA DI TUTTO LA NOVITÀ

QUANDO L'EMERGENZA SANITARIA SARÀ FINITA
QUALE MOTTO LA RAPPRESENTERÀ DI PIÙ? (% RISPONDENTI)



Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020

E il primo cambiamento (degli acquisti) parte da se stessi

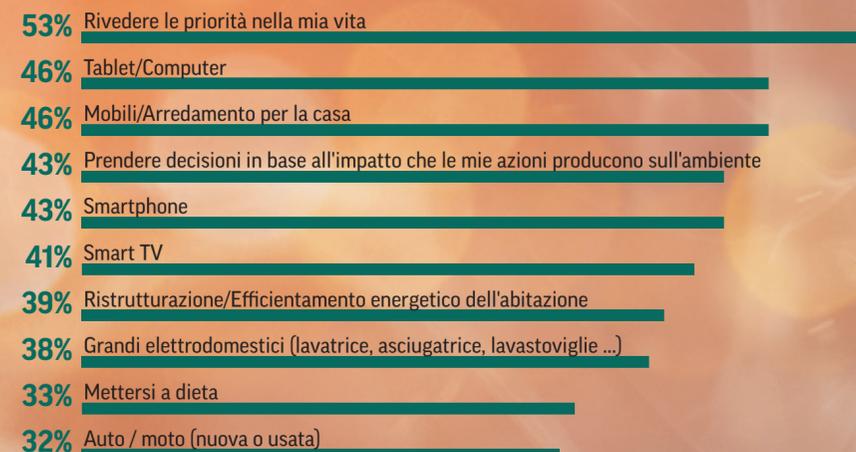
Secondo lei quali atteggiamenti di consumo si affermeranno maggiormente nel next normal della società italiana post-Covid? (% rispondenti, top5)

PRENDERSI CURA DI SE STESSI	59%
INNOVAZIONE / CREAZIONE	42%
TRASFORMAZIONE / AUTO-MIGLIORAMENTO	39%
FEDELITÀ / AFFIDABILITÀ	30%
DIVERTIMENTO / SPONTANEITÀ	22%

Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020

I desideri che si trasformeranno in realtà

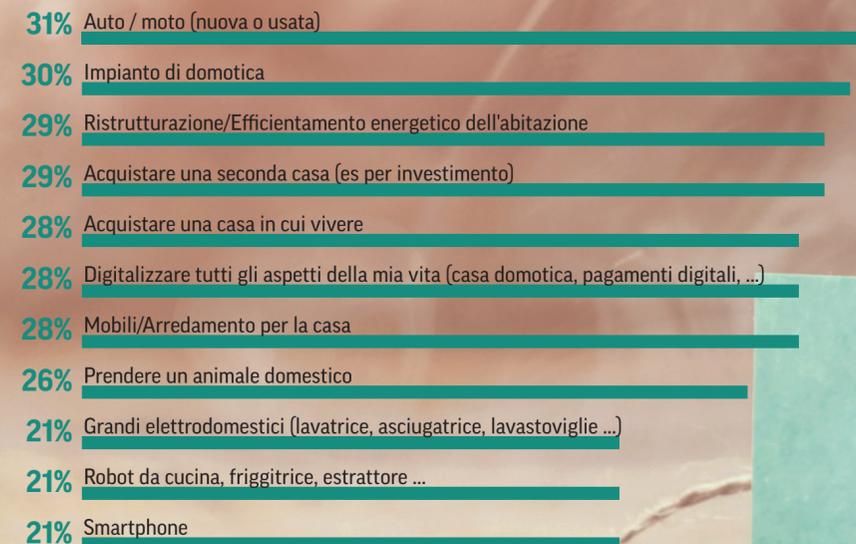
QUALI SONO I SUOI PROGRAMMI PER IL 2021 E QUALI SPESE FARÀ O PENSA DI FARE PER SÉ O LA FAMIGLIA? (% RISPONDENTI "SI")



Fonte: Nielsen

I sogni che rimarranno nel cassetto

QUALI SONO I SUOI PROGRAMMI PER IL 2021 E QUALI SPESE FARÀ O PENSA DI FARE PER SÉ O LA FAMIGLIA? (% RISPONDENTI "NO, MA MI PIACEREBBE")



Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020



ANNO 2021, I NUOVI TREND DEL NEXT NORMAL

IN (% INTERVISTATI CHE SI IDENTIFICANO NEI COMPORTAMENTI/ABITUDINI RILEVATI)

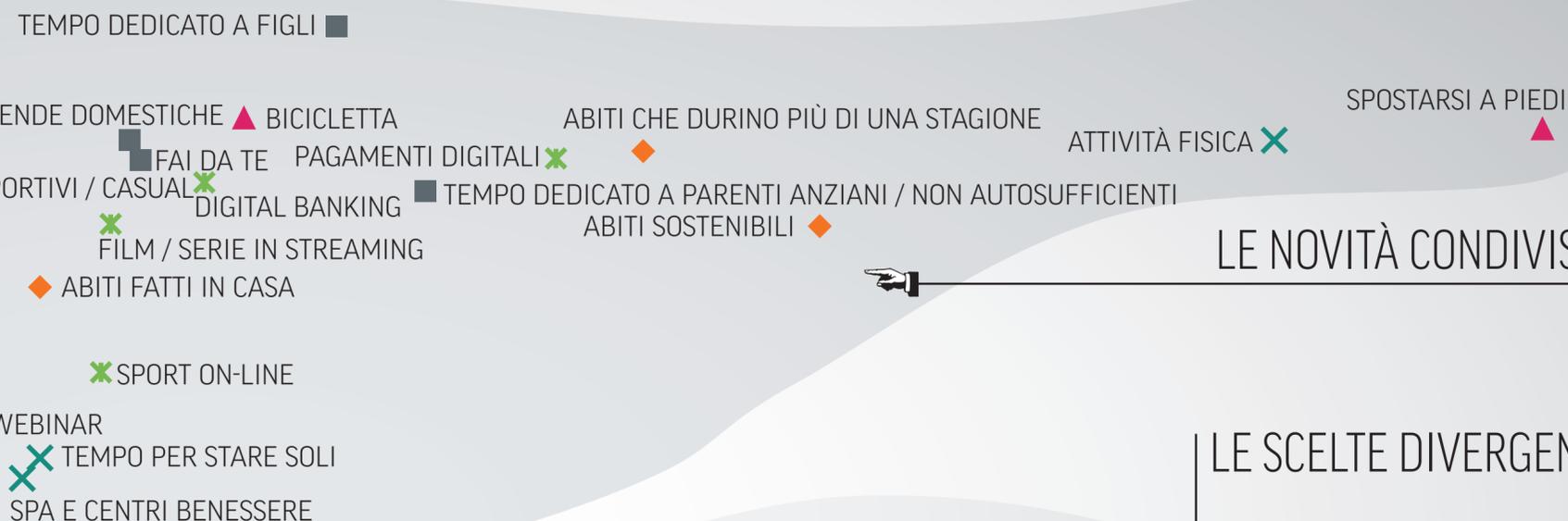
OUT (% INTERVISTATI CHE VORREBBERO ASSUMERE COMPORTAMENTI/ABITUDINI RILEVATI)

LE CONFERME DEL PRECOVID



LE RINUNCE E GLI ABBANDONI

MEZZI PUBBLICI ▲



LE NOVITÀ CONDIVISE



LE SCELTE DIVERGENTI

■ Vita domestica ● Tempo libero × Equilibrio psico-fisico ◆ Moda ▲ Mobilità × Attività online

"IN" E "OUT" DELLA STAGIONE NEXT NORMAL 2021



OUT

(% intervistati che diminuiranno o smetteranno di assumere i comportamenti/ le abitudini rilevate)



IN

(% intervistati che aumenteranno o inizieranno ad assumere i comportamenti/ le abitudini rilevate)

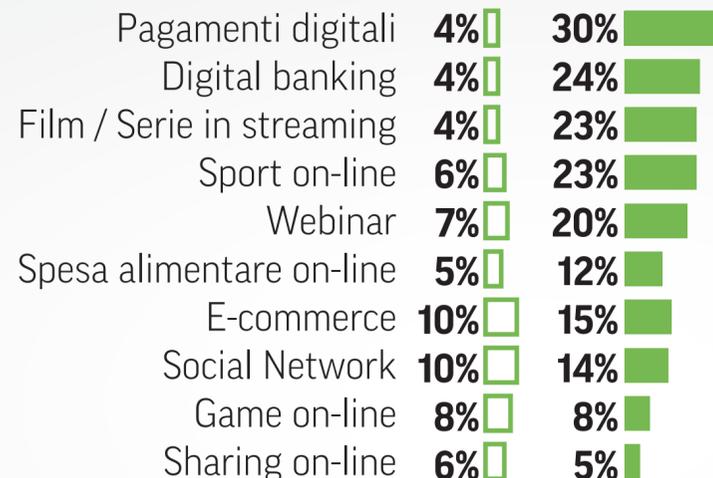
SALUTE E BENESSERE

L'EQUILIBRIO PSICO FISICO COINVOLGE LE PRATICHE PIÙ DISPARATE, DALLA CLASSICA ATTIVITÀ FISICA AL TEMPO TRASCORSO IN SOLITUDINE, ALLA PREGHIERA E MEDITAZIONE



DIGITAL JUMP

COMPLICE IL COVID E LE MISURE ADOTTATE DAL GOVERNO GLI ITALIANI FANNO UN BALZO IN AVANTI DI ANNI RISPETTO ALLE NUOVE TECNOLOGIE, DAI PAGAMENTI DIGITALI ALLA FORMAZIONE ONLINE



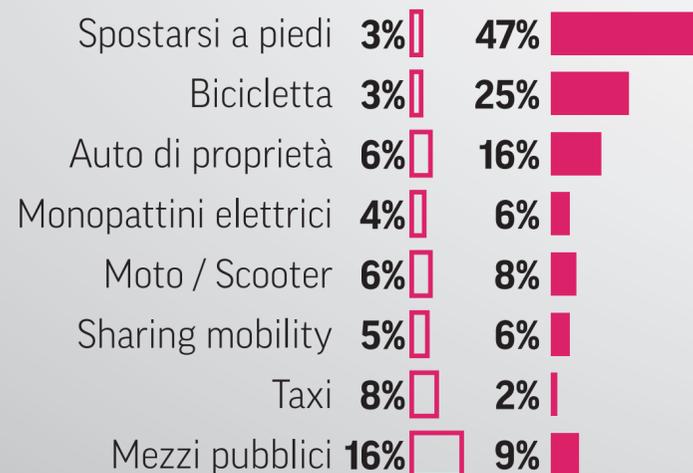
TEMPO LIBERO

LA VITA SOCIALE RIEPIRÀ IL TEMPO LIBERO DEGLI ITALIANI. PIÙ DI TUTTI VINCE LA VOGLIA DI VACANZA E IL RITORNO A CINEMA E RISTORANTI



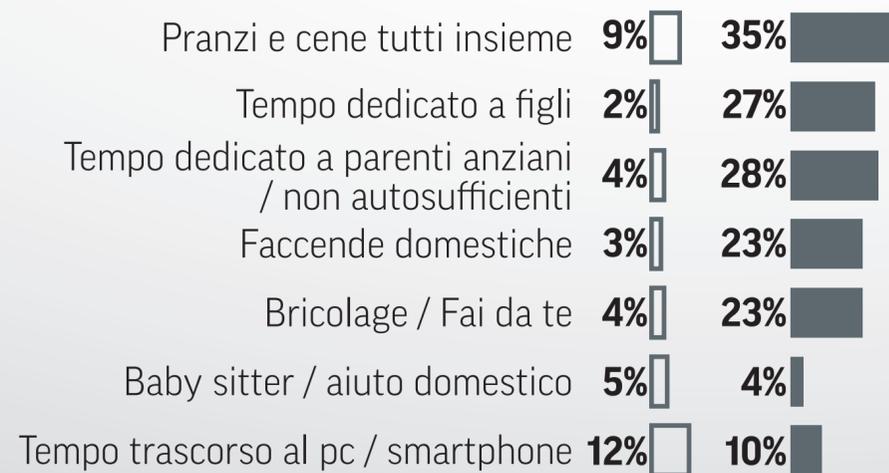
MOBILITÀ

PENALIZZATI DALLA PAURA DEL CONTAGIO, I MEZZI DI TRASPORTO PUBBLICI PERDONO VIAGGIATORI E GLI SPOSTAMENTI SI RIDISEGNANO DIVENENDO SOSTENIBILI E COVID FREE



C(HOME)FORT ZONE

NELLA BOLLA DOMESTICA ENTRANO GLI AFFETTI E LA CURA DEGLI ALTRI, SI RIORGANIZZANO POI I COMPITI IN UNA CASA SEMPRE PIÙ FAI DA TE



MODA

DOPO MESI CHIUSI IN CASA, VA SCOMPARENDO IL FAST FASHION E I CAPI DIVENGONO PRIMA DI TUTTO SOSTENIBILI, ECONOMICI E COMODI

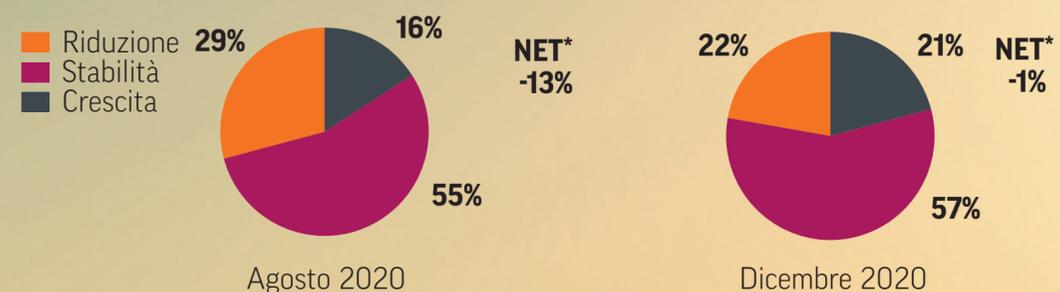


* Prodotti nel rispetto dell'ambiente e dei lavoratori

SALUTE, CASA, CIBO E VACANZA NEI CONSUMI POST-COVID

CRESCE LA SPERANZA NEI CONSUMI DEGLI ITALIANI NEL 2021..

NEL 2021 COME PREVEDE CHE CAMBIERANNO I CONSUMI COMPLESSIVI (BENI E SERVIZI) DELLA SUA FAMIGLIA RISPETTO AL 2019? (% RISPONDENTI)



* Differenza tra % "consumi in crescita" e % "consumi in riduzione"

Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020
Ufficio Studi Coop "Italia 2021. il Next Normal degli italiani", Consumer survey, Agosto 2020

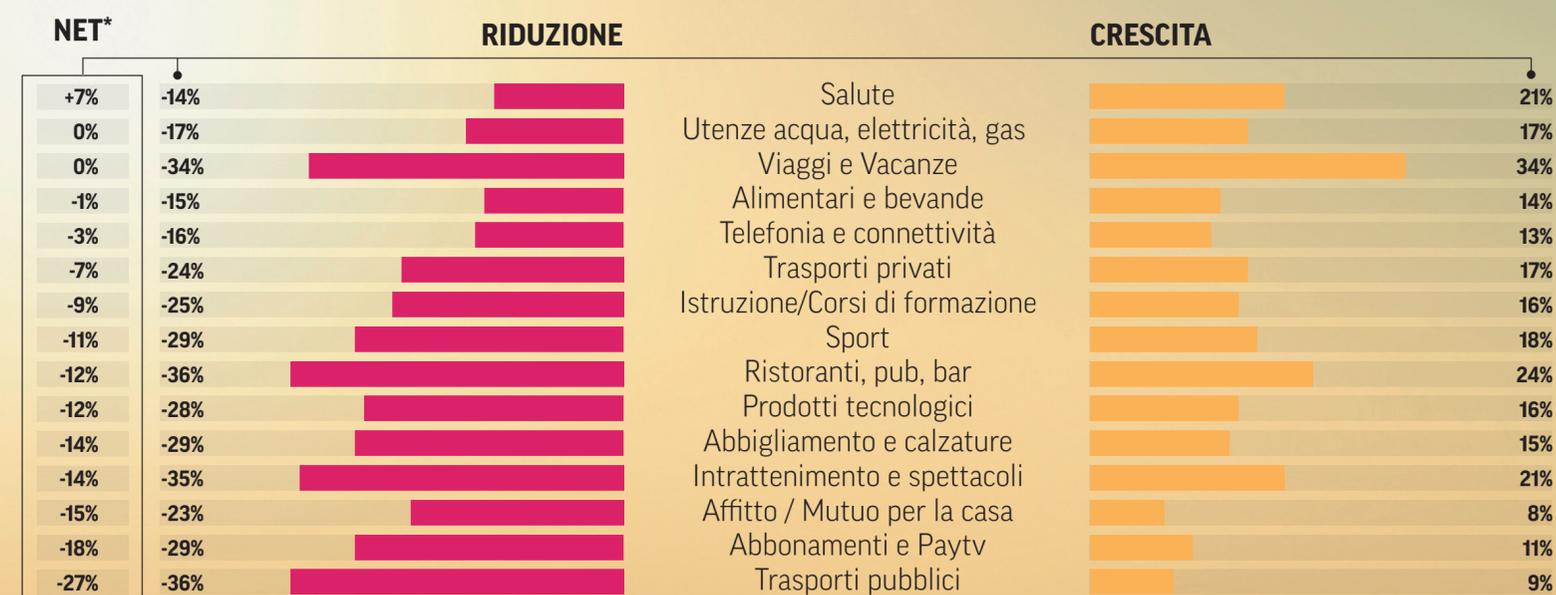
SPESA PER CONSUMI DELLE FAMIGLIE (VAR.% SU BASE ANNUA)

	2019	2020	2021
	+0,4%	-10,0%	+4,9%

Fonte: Nomisma su fonti varie (Commissione Europea, OCSE, Fondo Monetario Internazionale, Confindustria, Istat, Ref Ricerche)

... MA PER LA MAGGIORANZA LE PREVISIONI DI SPESA RESTANO NEGATIVE

NEL 2021 COME PREVEDE CHE CAMBIERANNO I CONSUMI COMPLESSIVI (BENI E SERVIZI) DELLA SUA FAMIGLIA RISPETTO AL 2019? (% RISPONDENTI)



* Differenza tra % "consumi in crescita" e % "consumi in riduzione"

Fonte: Nomisma-Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020



I CONSUMI ALIMENTARI SI CONCENTRANO IN CASA.

NEL 2021 TENGONO I CONSUMI DOMESTICI. IN RIDUZIONE L'OUTDOOR

NEL 2021 COME CAMBIERÀ RISPETTO AL 2019 LA SPESA PER CONSUMI DELLA SUA FAMIGLIA IN... ? (% RISPONDENTI)



Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020

A TAVOLA PIÙ MADE IN ITALY, SOSTENIBILITÀ E SALUTE

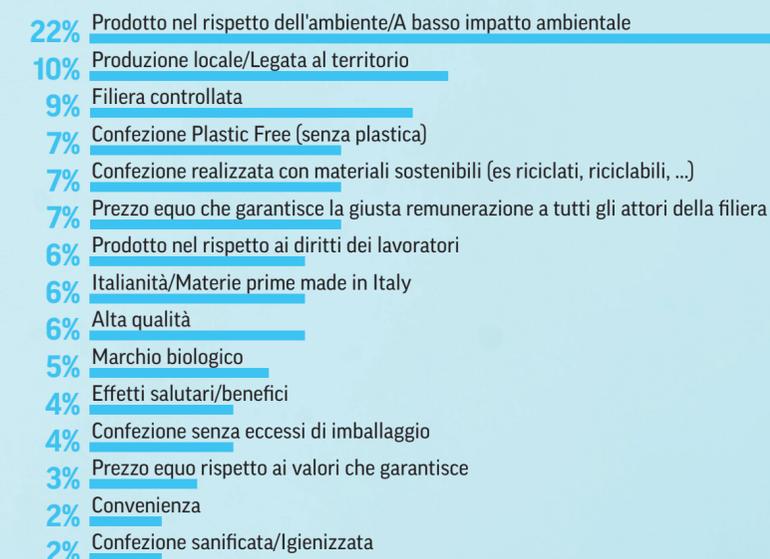
NEL 2021 QUALI TIPOLOGIE DI PRODOTTO REGISTRERANNO LE MIGLIORI PERFORMANCE IN TERMINI DI CRESCITA DEI CONSUMI? PUÒ INDICARNE FINO A 5 (% RISPONDENTI, TOP EXECUTIVE FOOD)



Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020

PER GLI ITALIANI LA SOSTENIBILITÀ ALIMENTARE È SOPRATTUTTO GREEN

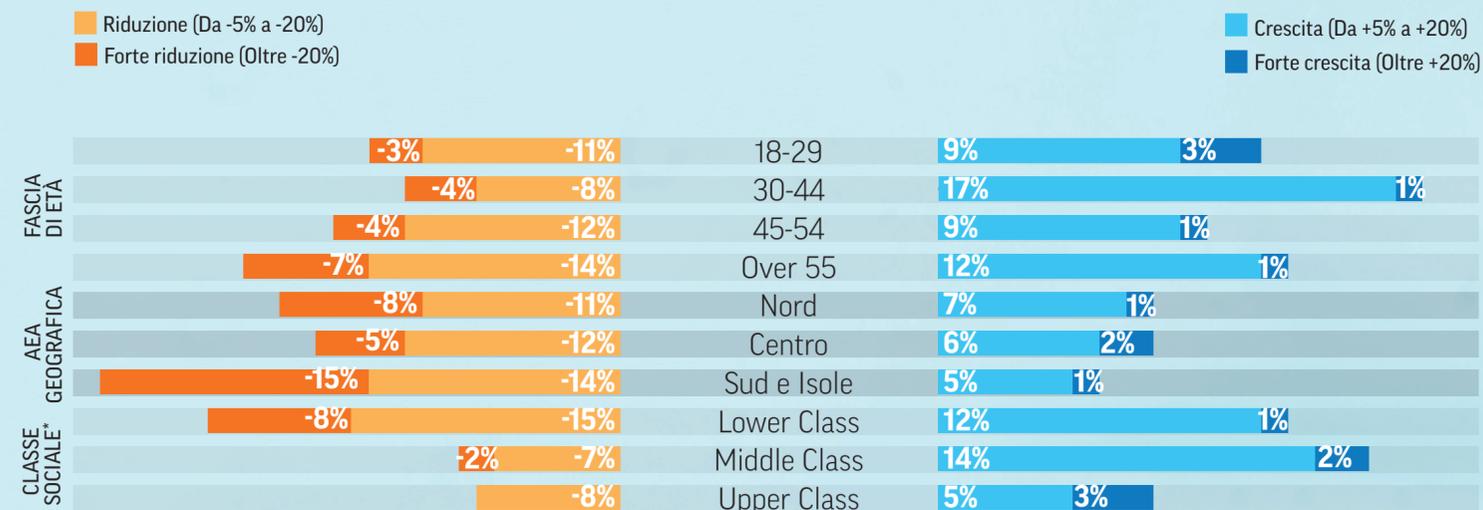
SECONDO LEI QUALI CARATTERISTICHE RENDONO UN PRODOTTO ALIMENTARE "SOSTENIBILE"? (% RISPONDENTI)



Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020

NEL 2021, IN DIFFICOLTÀ LOWER CLASS E OVER 40. IN CRESCITA CLASSE MEDIA E NORD DEL PAESE

NEL 2021 COME CAMBIERÀ RISPETTO AL 2019 LA SPESA PER CONSUMI DELLA SUA FAMIGLIA IN ALIMENTARI E BEVANDE (% RISPONDENTI)



* percezione di appartenenza

Fonte: Nomisma - Ufficio Studi Coop "2021, l'anno che verrà", Consumer survey, Dicembre 2020



CRISI, NUOVI COMPORTAMENTI DI ACQUISTO E DIGITAL DISRUPTION NEL FUTURO DELLA GDO ITALIANA

PROSSIMITÀ E DISCOUNT VINCONO NELLA GDO POSTCOVID

NEL 2021 RISPETTO AL 2019 CHE ANDAMENTO PREVEDE CHE ASSUMERANNO LE VENDITE DEI DIVERSI CANALI DI VENDITA FISICI DEI BENI DI LARGO CONSUMO? (% RISPONDENTI TOP EXECUTIVE FOOD)



Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020

FUTURO PROSSIMO, L'E-COMMERCE È IL DILEMMA E LA SOSTENIBILITÀ L'OPPORTUNITÀ

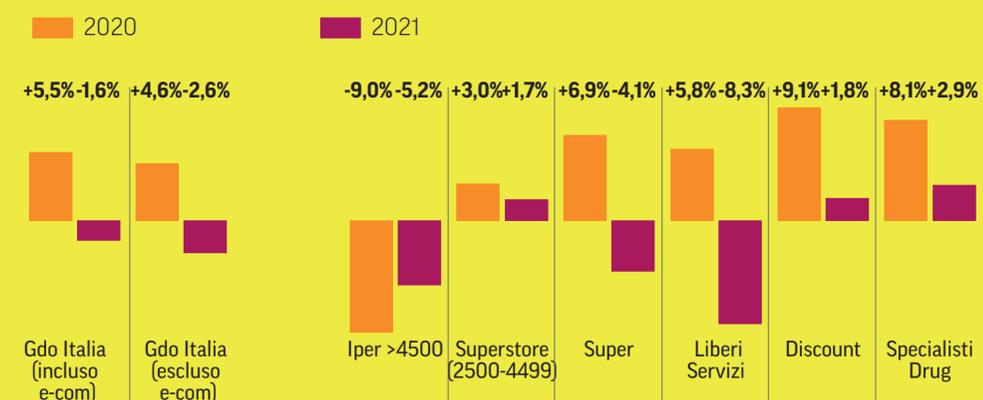
NEI PROSSIMI 3/5 ANNI QUALI SARANNO LE PRINCIPALI OPPORTUNITÀ E QUALI LE MINACCE PIÙ SIGNIFICATIVE CHE LE IMPRESE IMPEGNATE NELLA FILIERA ALIMENTARE DOVRANNO COGLIERE E AFFRONTARE? (% RISPONDENTI TOP EXECUTIVE FOOD)



Fonte: Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020

DA UN 2020 PARTICOLARE A UN 2021 IN CUI CRESCONO SOLO DISCOUNT E DRUGSTORE

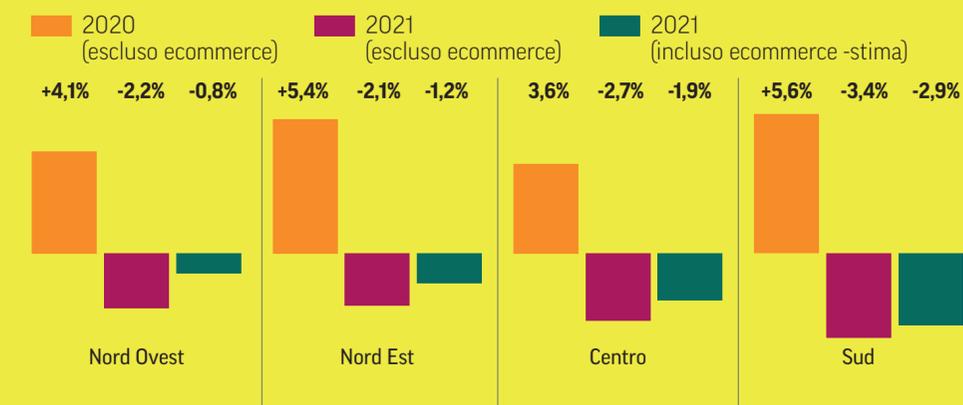
(VENDITE GDO 2020-2021 - VAR. % SU ANNO PRECEDENTE)



Fonte: Nielsen per Rapporto Coop 2020

LE VENDITE DIGITAL ARGINANO (IN PARTE) LA CRISI ECONOMICA SOPRATTUTTO AL NORD, MENTRE IL SUD ARRETRA DI PIÙ

(VENDITE GDO 2020-2021 - VAR. % SU ANNO PRECEDENTE)



Fonte: Nielsen per Rapporto Coop 2020

