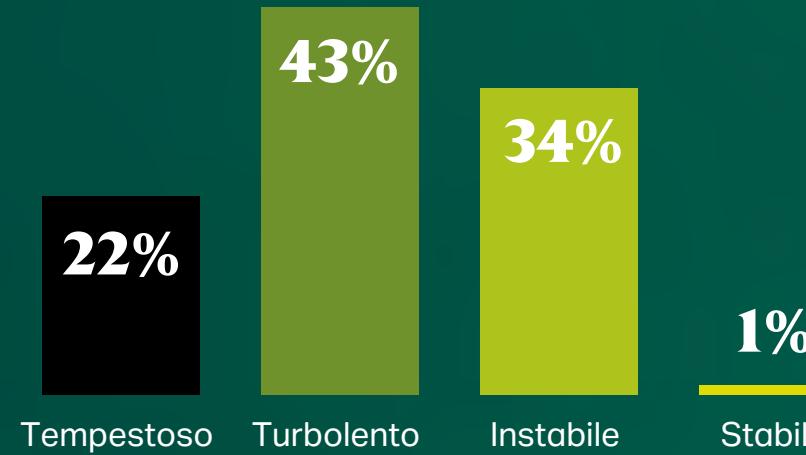


# Future in turmoil

## TRA TURBOLENZE E INSTABILITÀ IL 2026 GLOBALE

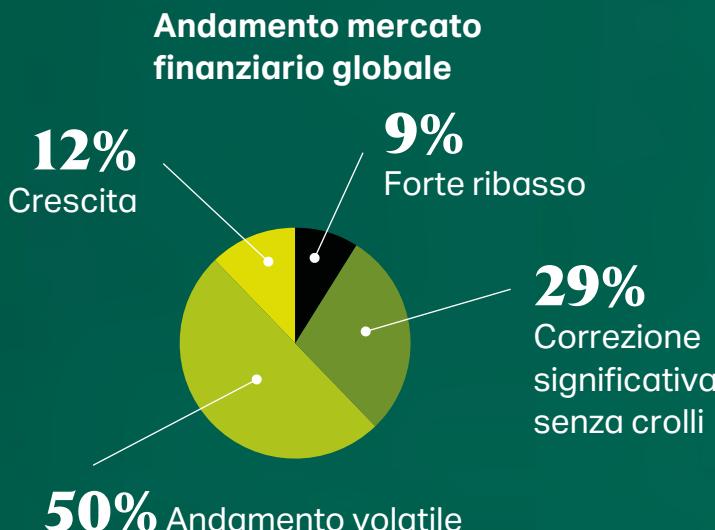
### PER GLI OPINION LEADER

(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

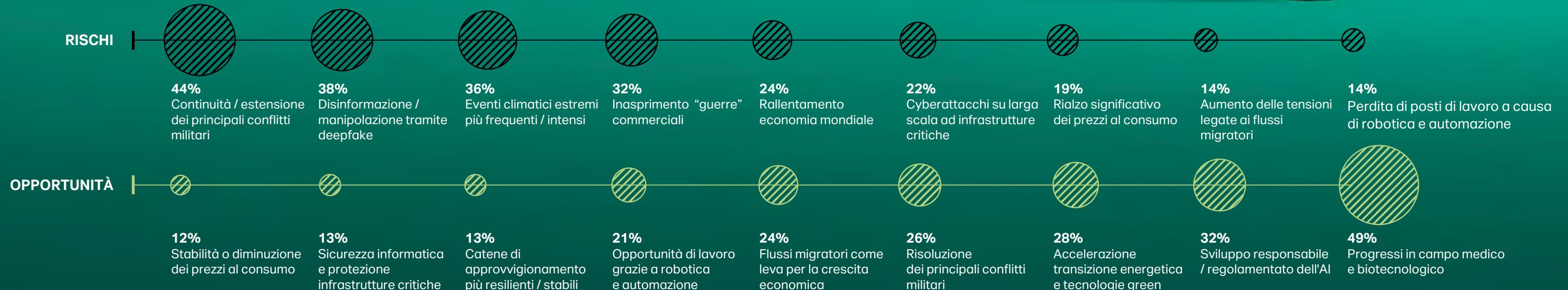
45%  
Materie prime e terre rare

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)



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

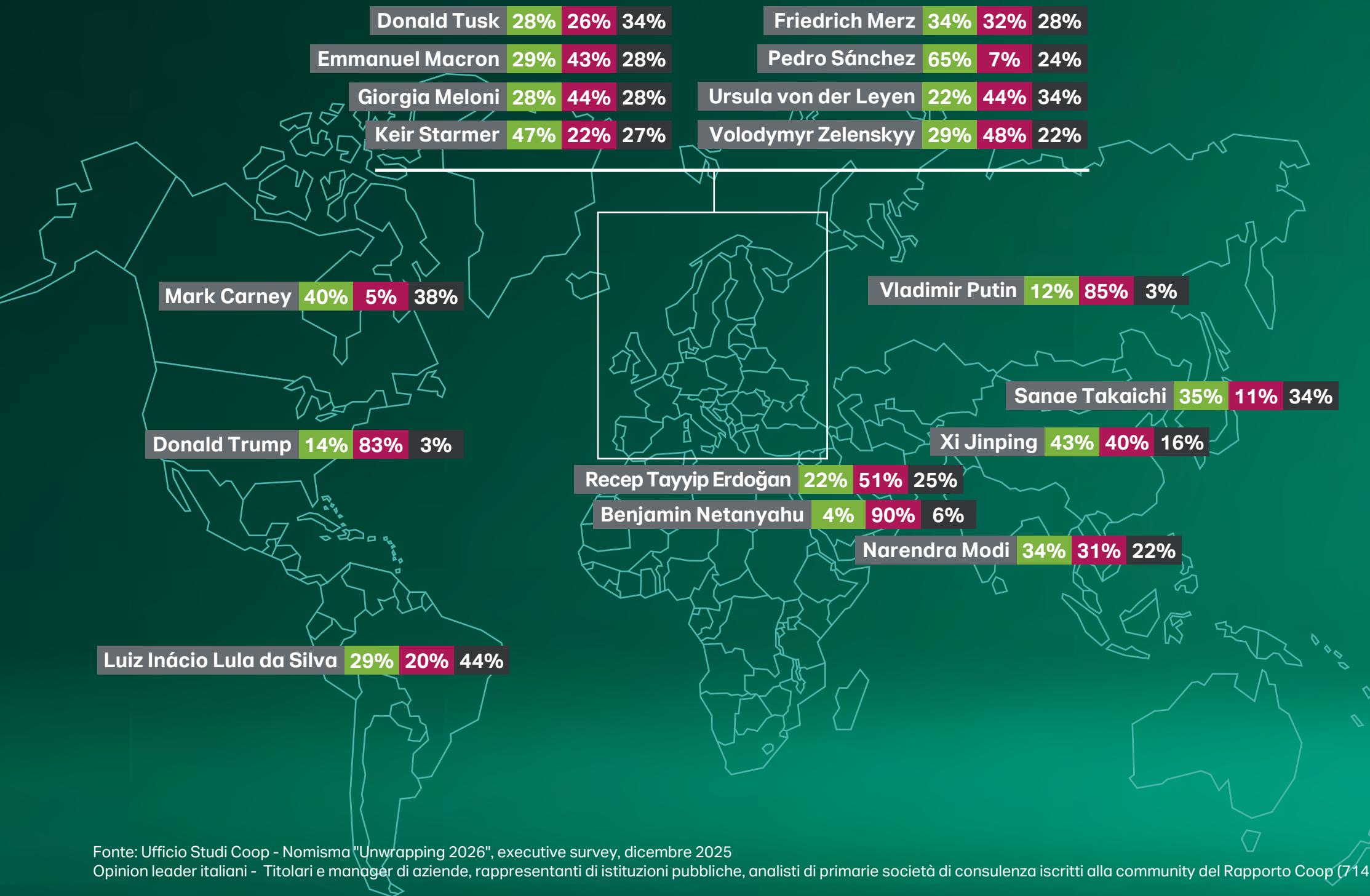
Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

# Who's leading the world?

Image Midjourney IA

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



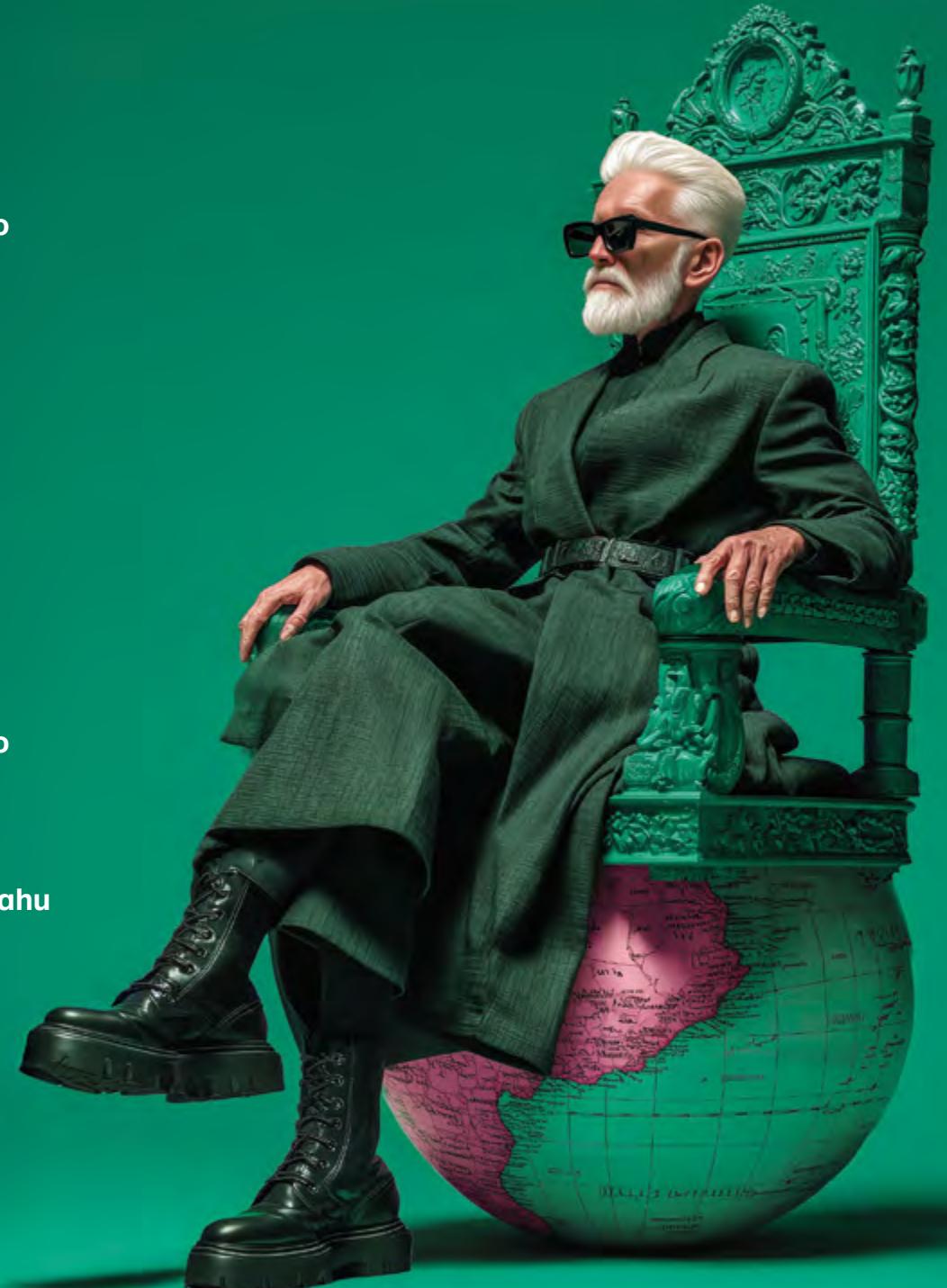
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Unwrapping 2026", executive survey, dicembre 2025  
Opinion leader italiani - Titolari e manager di aziende, rappresentanti di istituzioni pubbliche, analisti di primarie società di consulenza iscritti alla community del Rapporto Coop (714 interviste)

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



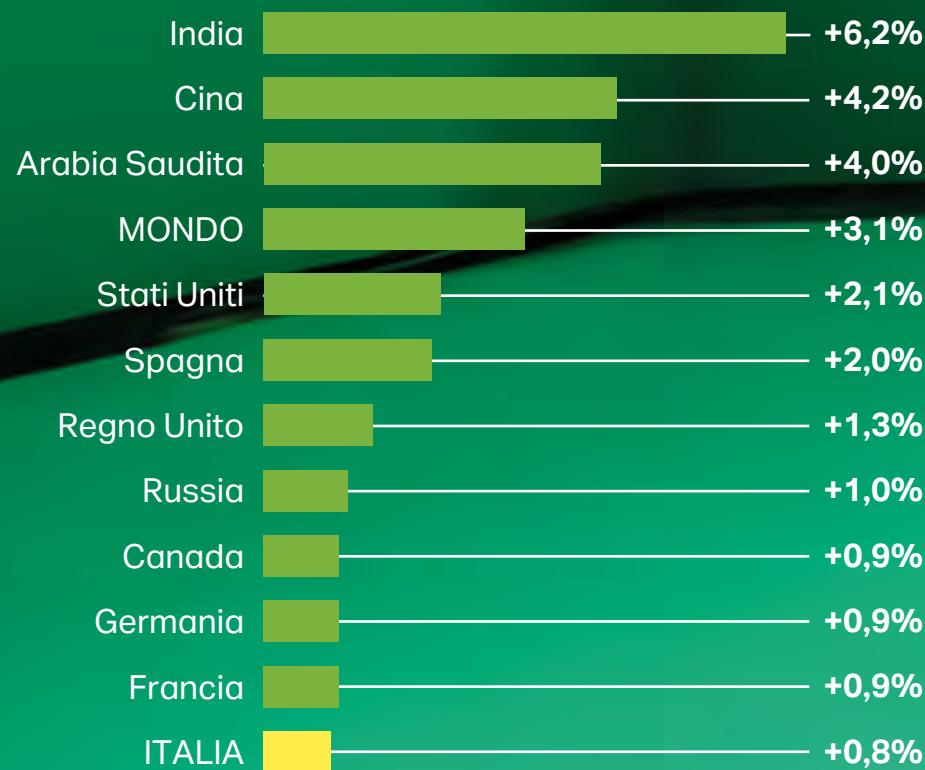
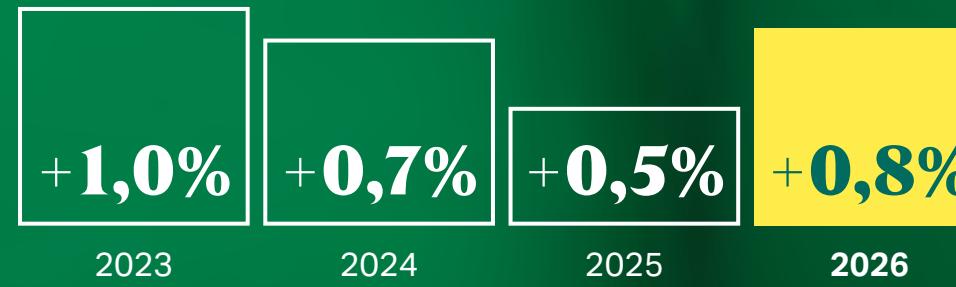
#rapporto25 italiani.coop

# 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)

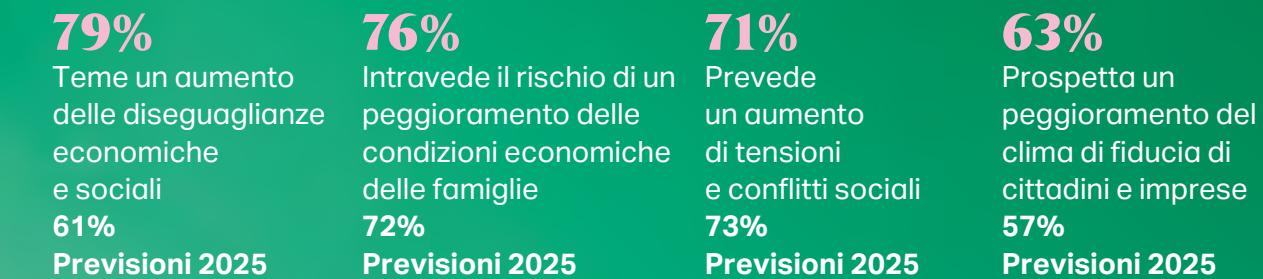
## 2026, SPERANZA INNOVAZIONE

(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)

Impatto AI e robotica in Italia su...

Produttività delle imprese



Tassi di occupazione



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

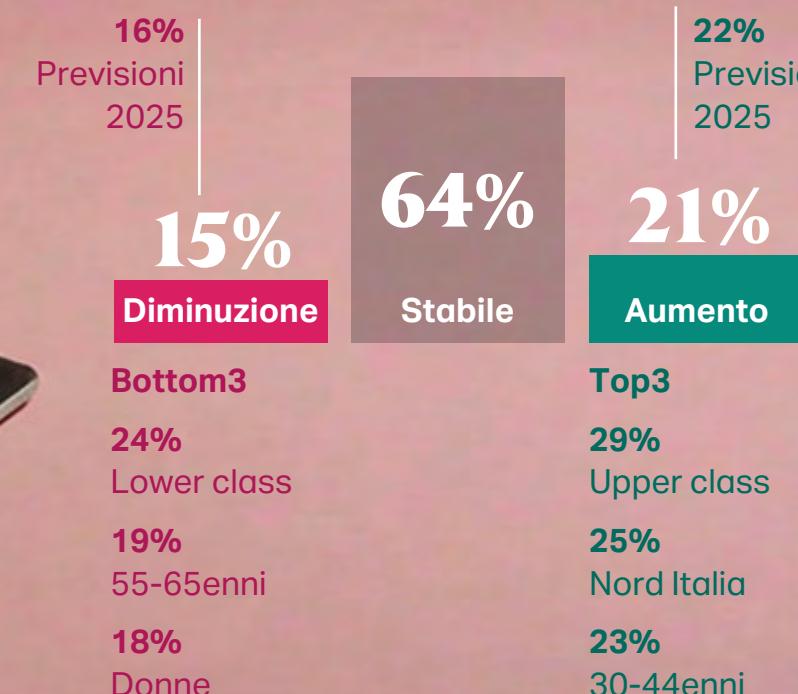
- Incremento significativo
- Incremento moderato
- Nessuna impatto significativo
- Diminuzione moderata
- Diminuzione significativa

# 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%



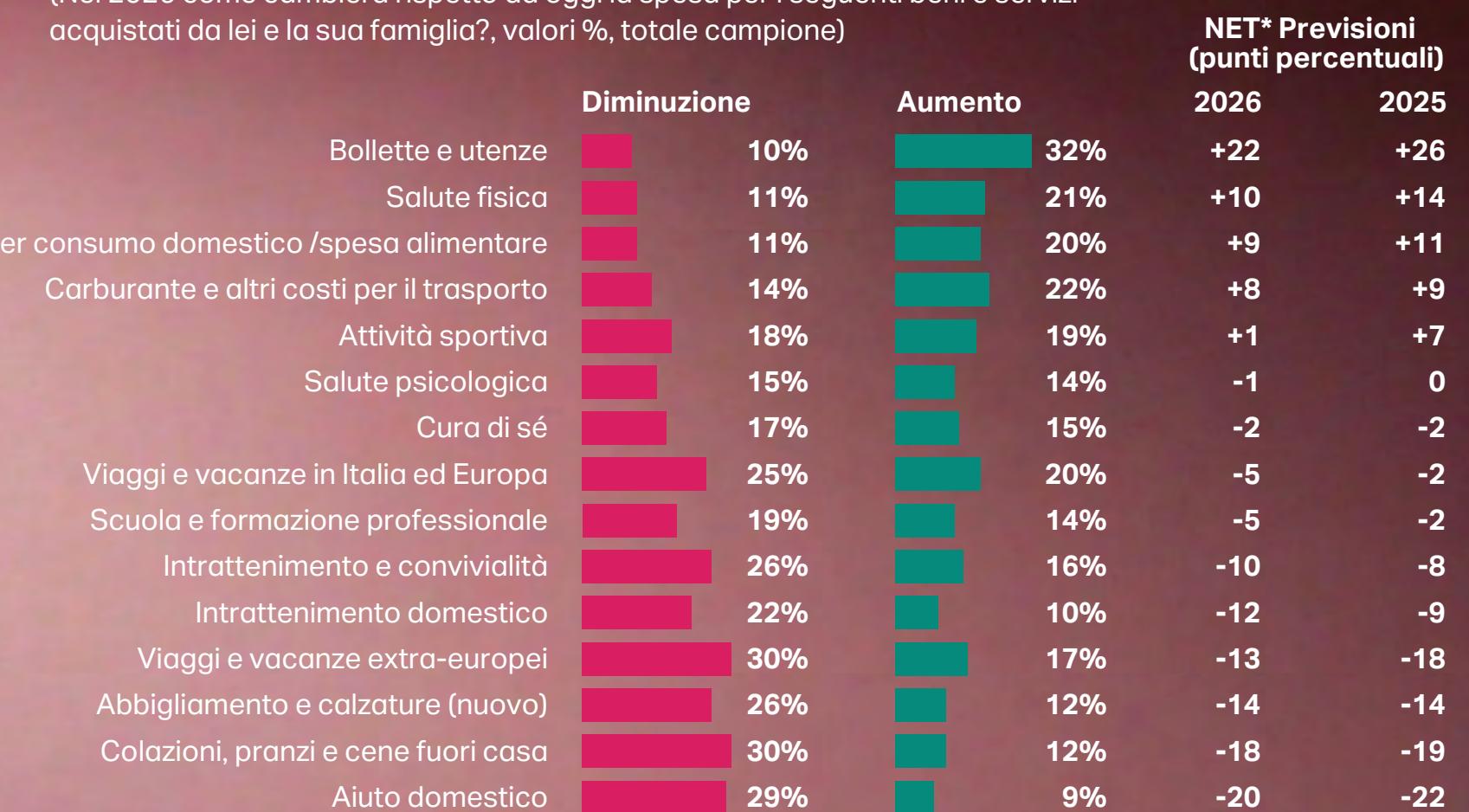
+1,4%

+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)

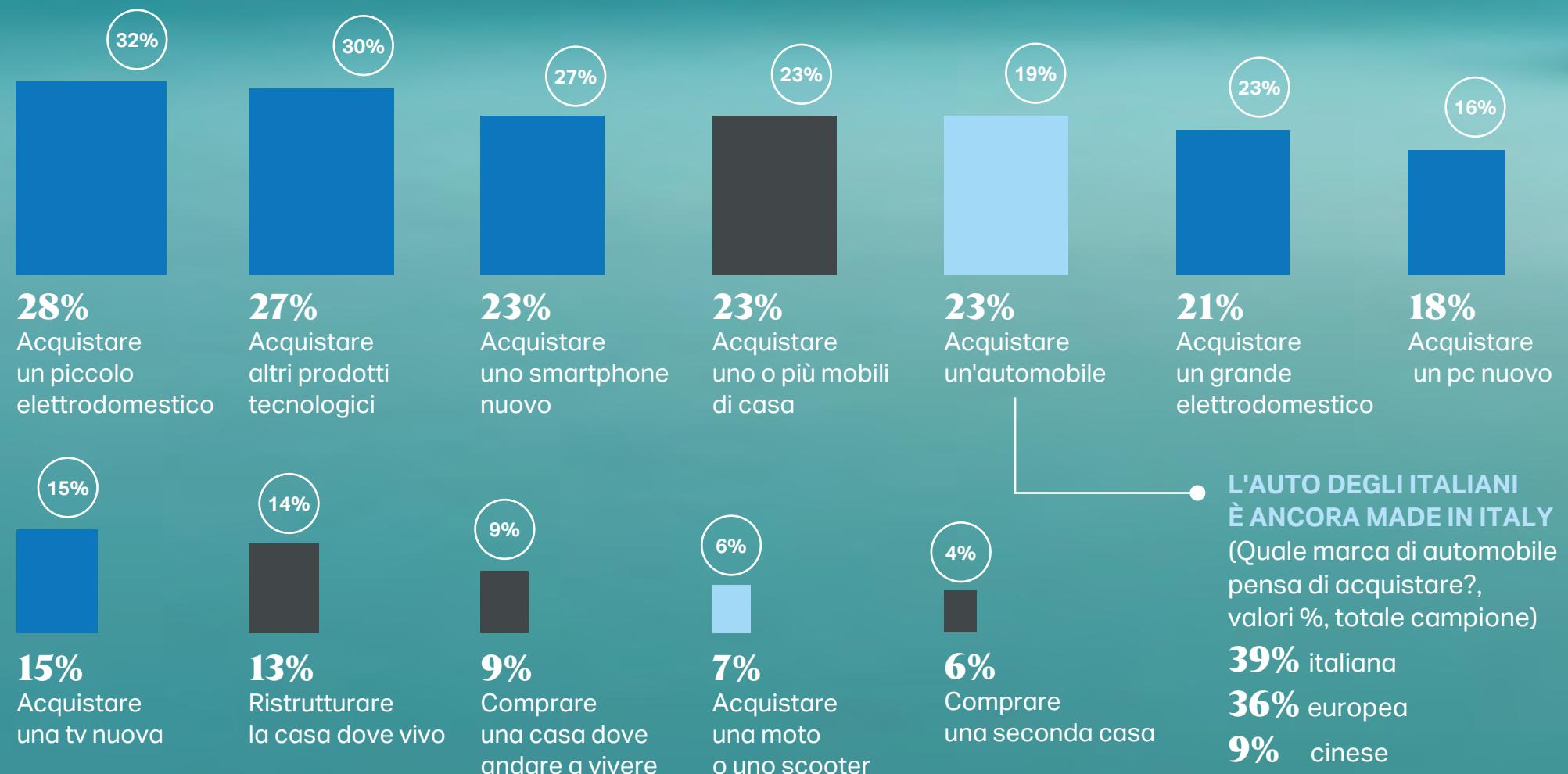
### Top3 rinunce nel 2026



## 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



# Grandi acquisti, di durevole c'è solo la rinuncia

# Selfish vibes 2026

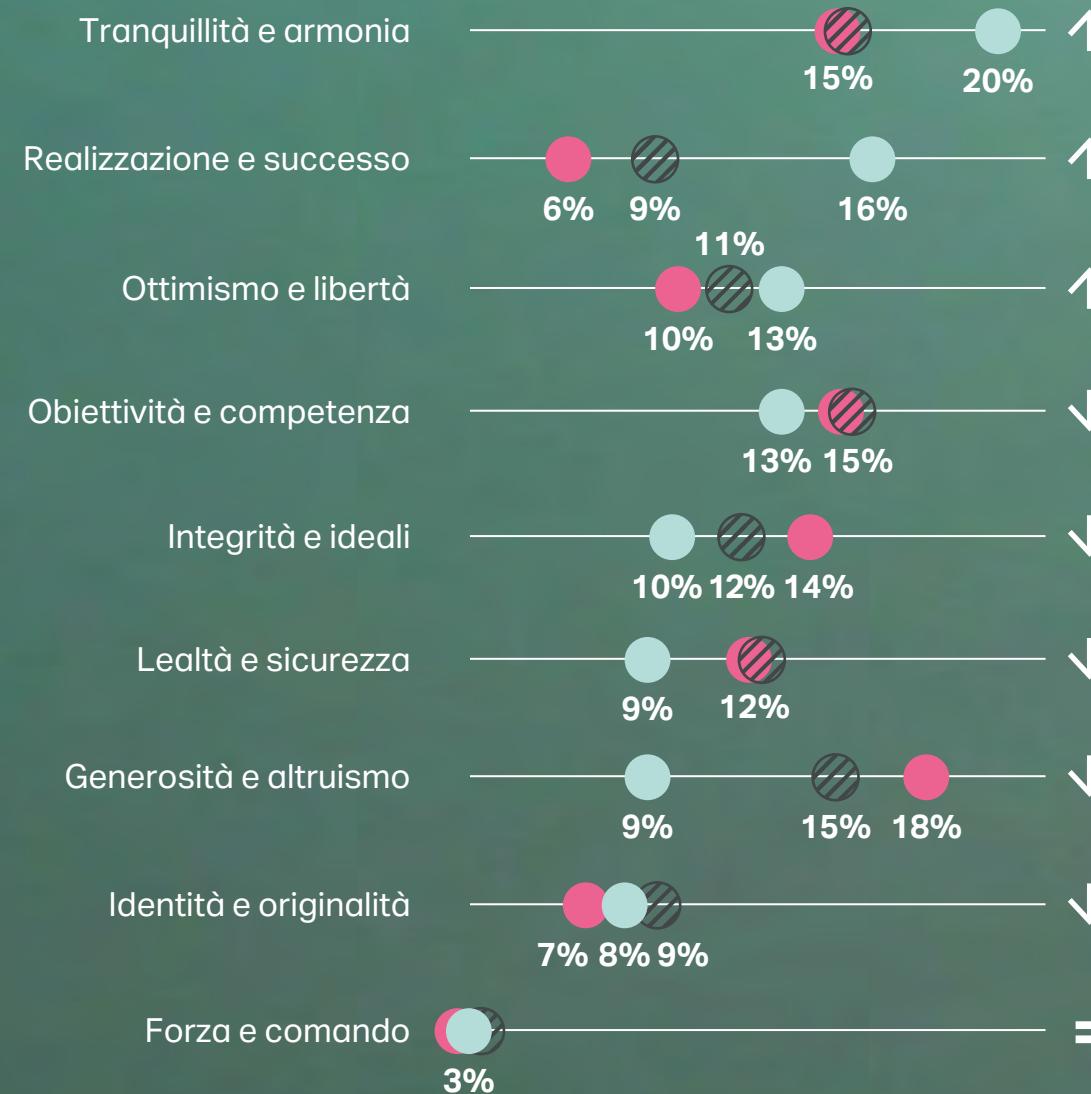
Image Midjourney IA

## 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)

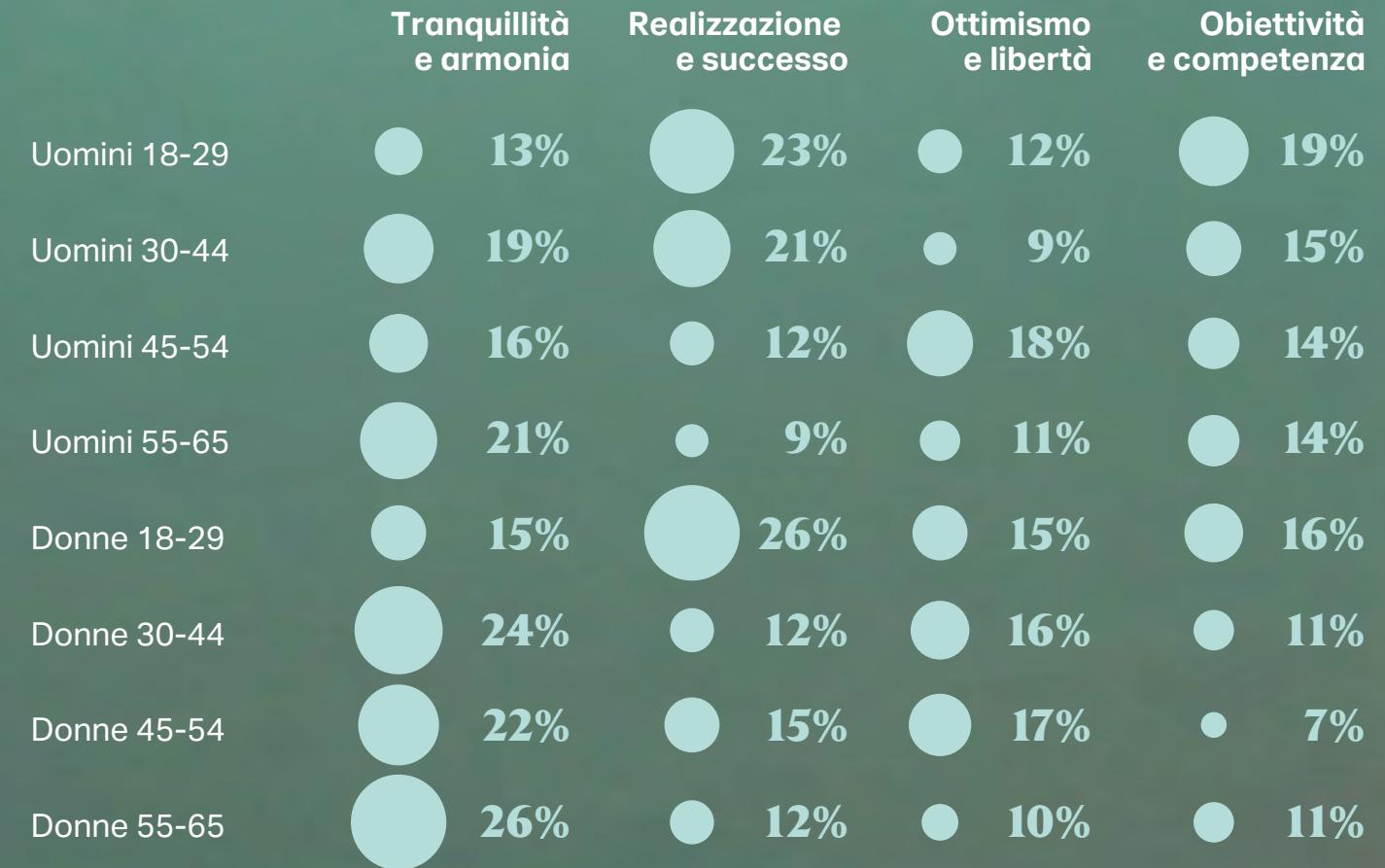
● Percezione 2024    ● Percezione 2025    ● Aspirazione 2026



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

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

● Aspirazione 2026



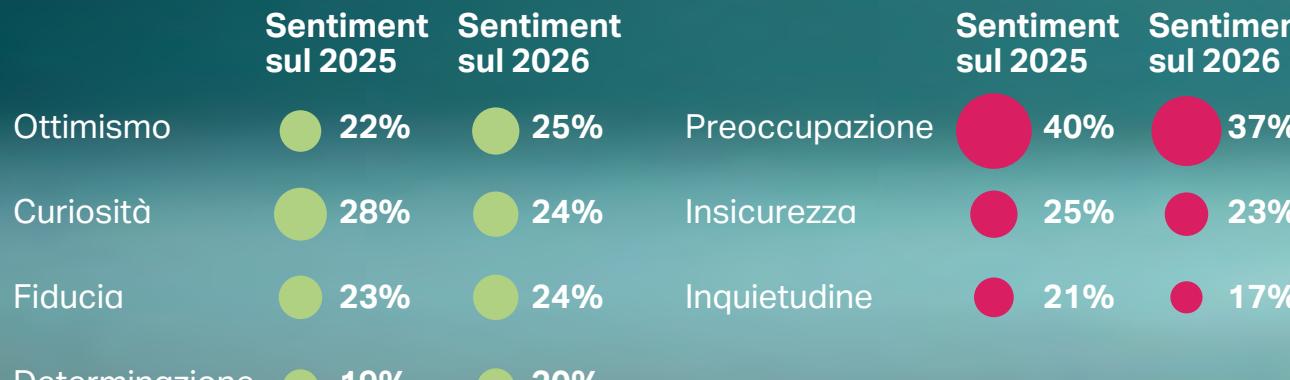
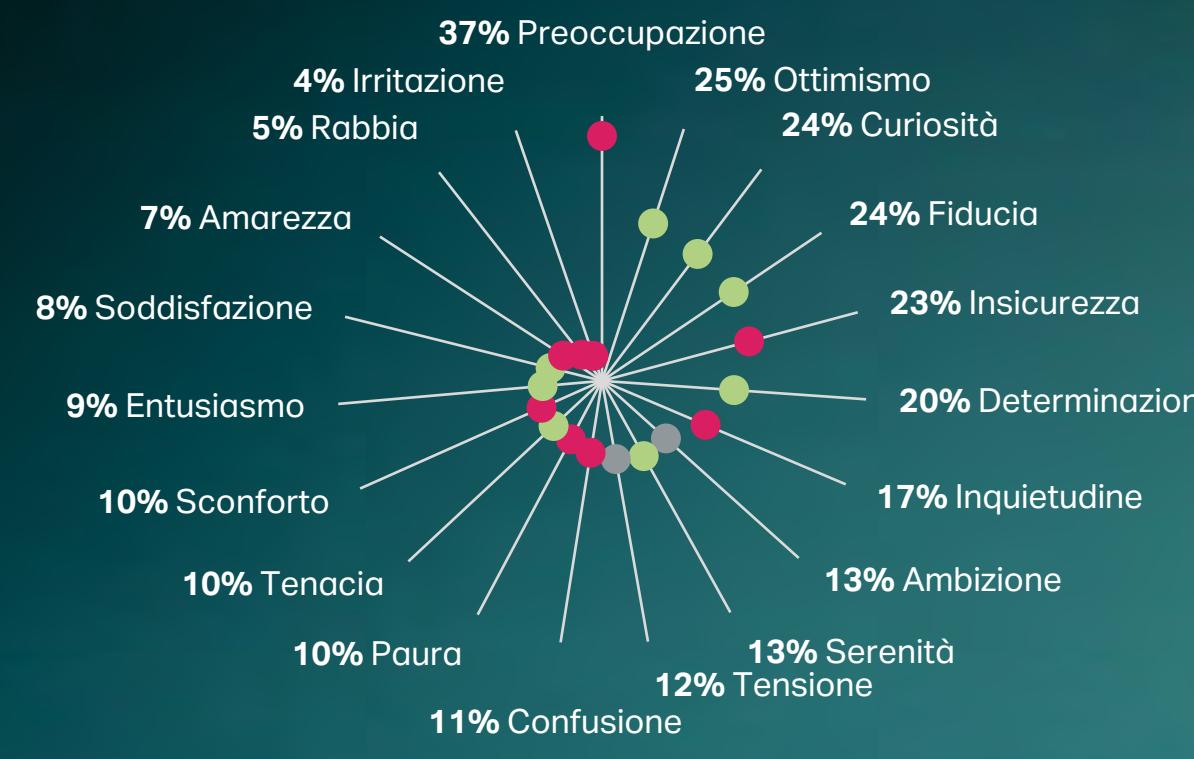
# 2026, preoccupa lo scenario, conforta l'inner circle

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

#rapcoop25italiani.coop

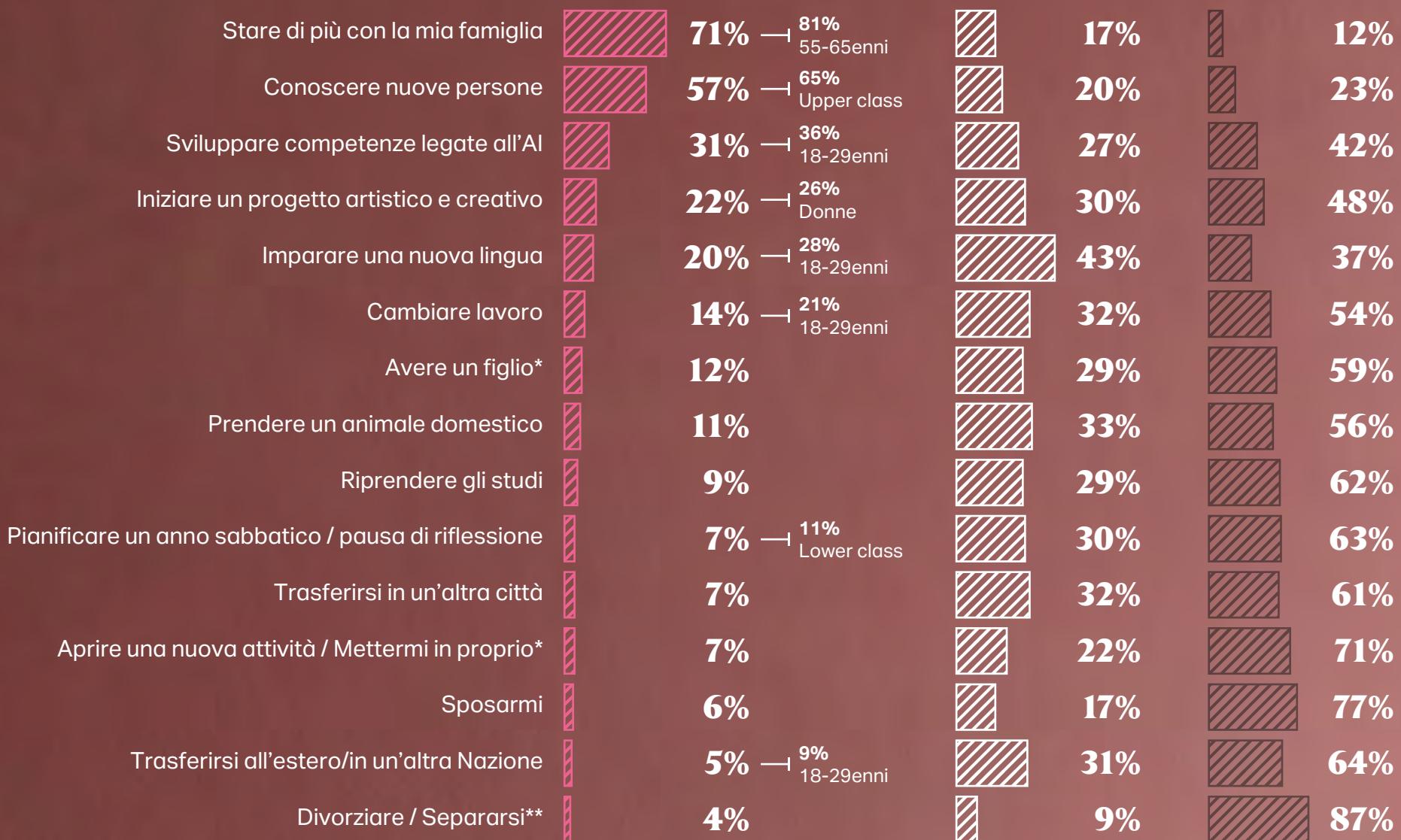
# Poca ambizione nella wish list degli italiani

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)

 Pensa di farlo    Vorrebbe farlo ma non pensa accadrà    Non gli interessa



## ESPERIENZE E RICORDI DA CONSERVARE RIEMPIONO I DESIDERATA 2026



\*Fascia 18-44enni \*\*Attualmente sposato

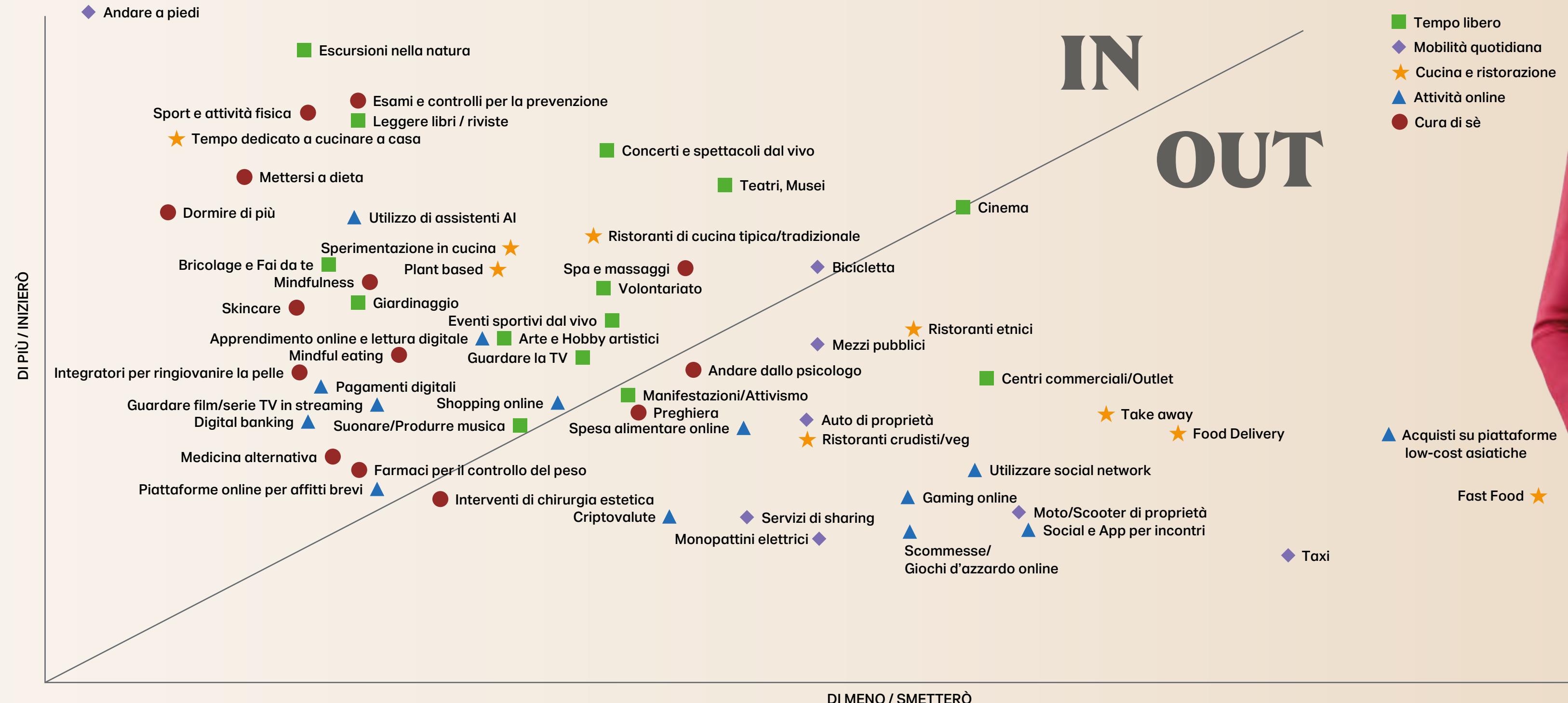
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

#rapcoop25 italiani.coop

# 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

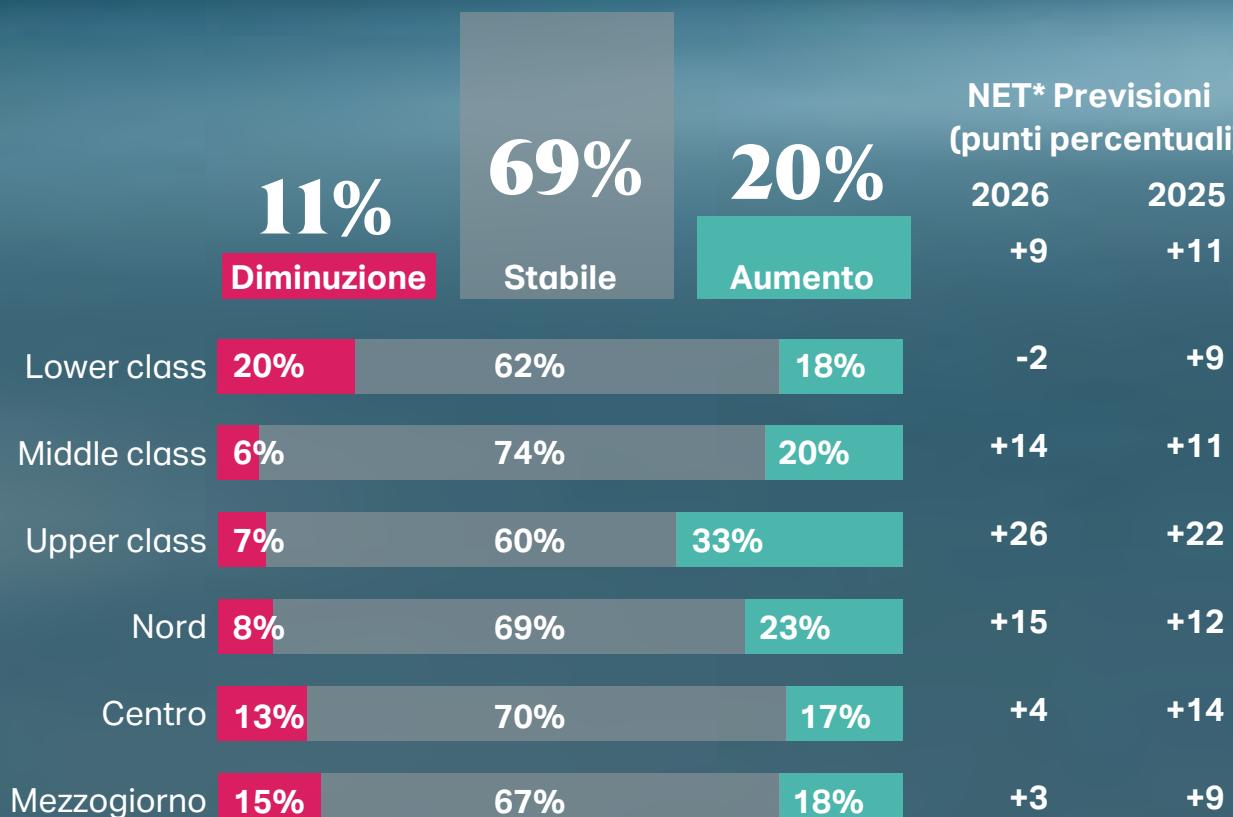
(Tasso di inflazione medio annuo in Italia per alimentari e bevande analcoliche, valori %, periodo gennaio-novembre)



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)



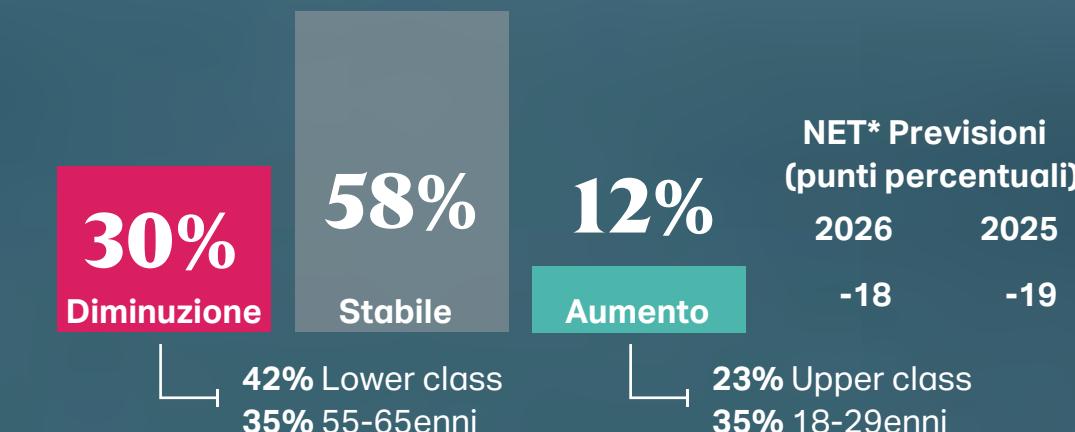
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

\* 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  
51%  
Previsioni  
2025

**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)



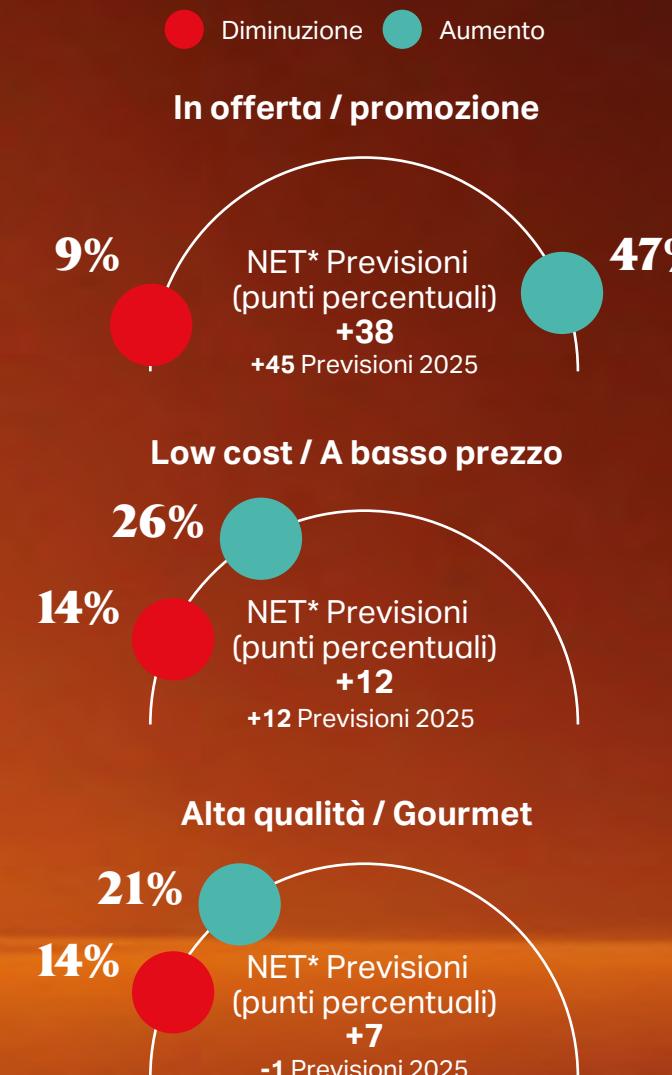
#rappcoop25 italiani.coop

# 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)



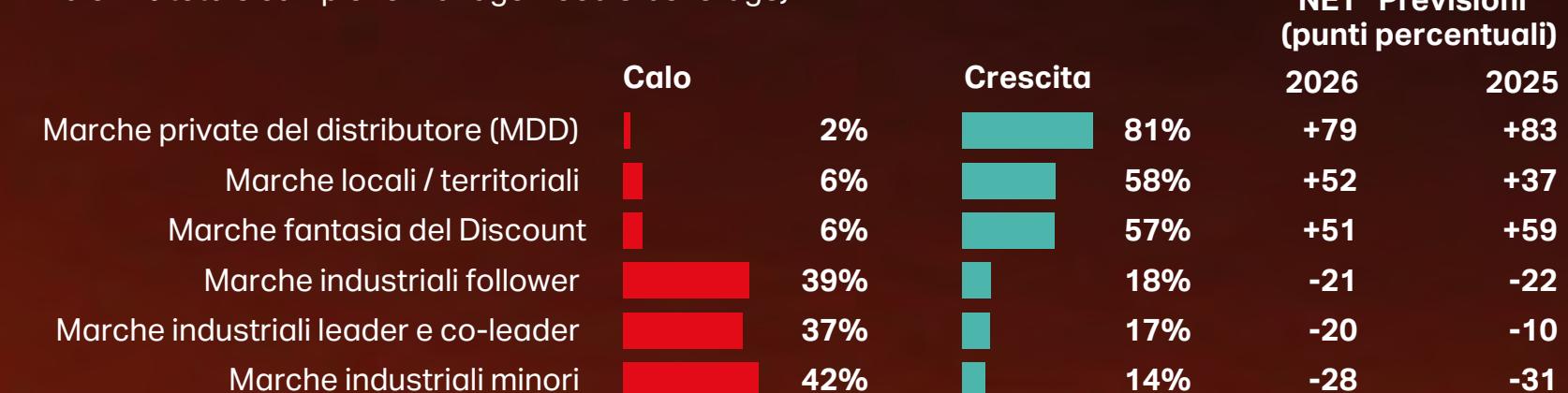
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025

\* 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)

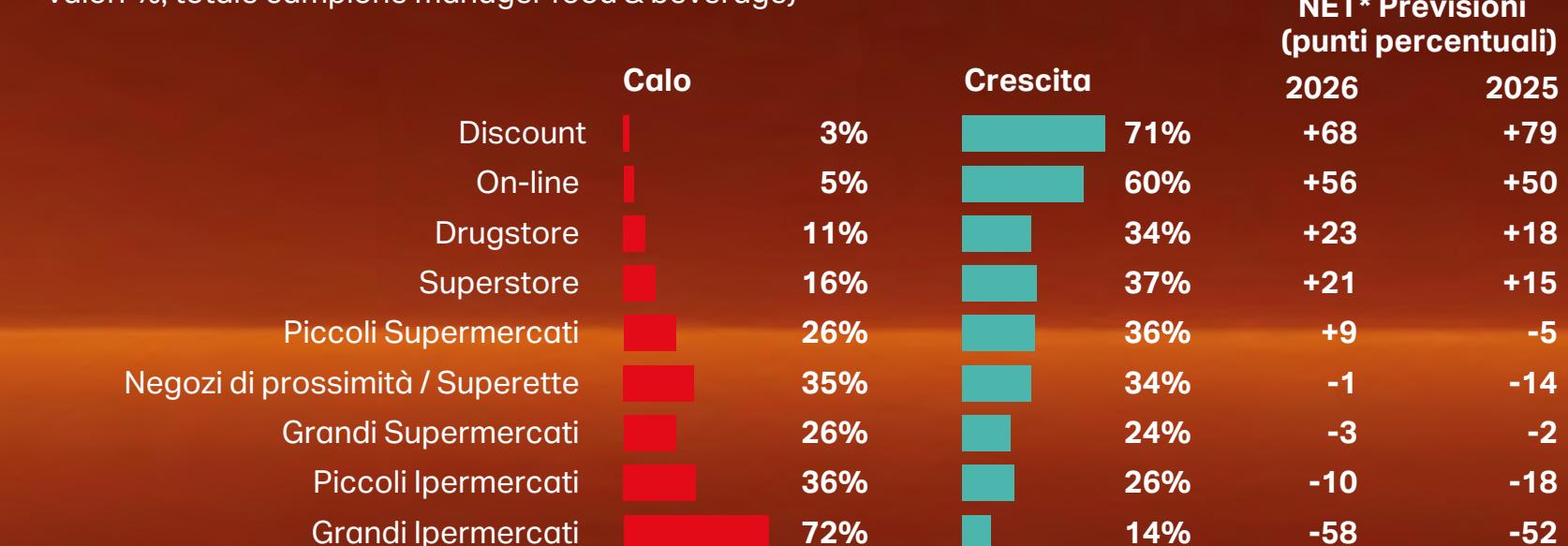
## MDD E LOCAL GUIDANO LE SCELTE FOOD DEGLI ITALIANI

(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



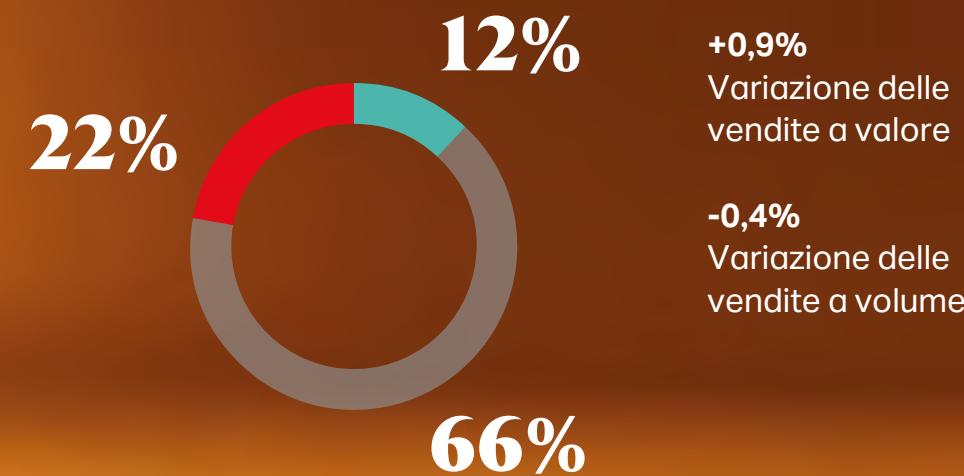
# 2026, un anno difficile per i manager della filiera. Innovazione e capitale umano per vincere

Image Midjourney IA

## 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



### Strategie di impresa



\*Differenza tra "Miglioramento" e "Peggioramento"

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

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

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

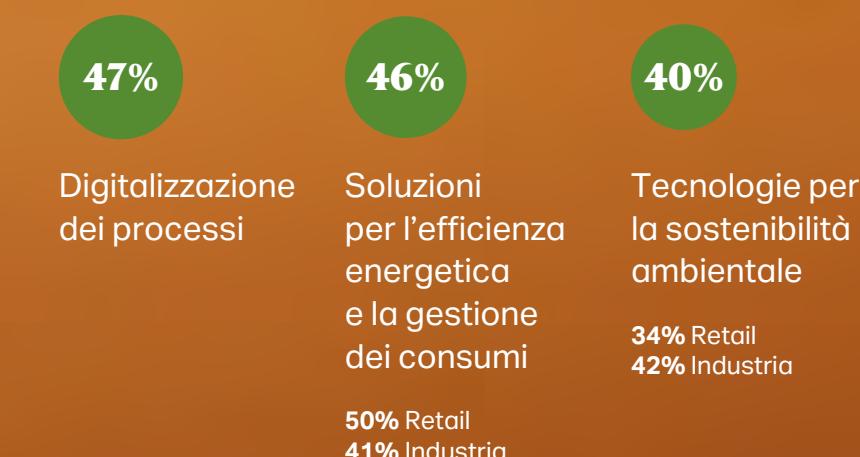
(Come cambieranno nel 2026 rispetto al 2025 le performance del Largo Consumo Confezionato in relazione ai seguenti aspetti?, valori %, totale campione manager food & beverage)

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



### Costi da attenzionare



#rapporto25italiani.coop