

Russo (Coop) "Nel 2026 famiglie sempre più frugali pesano redditi e guerre"



L'INTERVISTA

di **ROSARIA AMATO**

ROMA

Cibo sano, preferibilmente cucinato in casa: «Dal carrello della spesa emerge quasi una ossessione per il benessere individuale, che diventa la condizione-rifugio per non pensare ai guai del mondo». Dall'indagine di inizio anno della Coop gli italiani appaiono "preoccupati" e decisamente poco inclini a spendere: «Anche il Natale è trascorso all'insegna della frugalità», rileva Albino Russo, direttore generale Ancc-Coop e curatore del rapporto diffuso dall'organizzazione cooperativa.

Cosa preoccupa di più gli italiani?

«Lo scenario globale non aiuta: anche se la guerra in Palestina è finita c'è un popolo intero che vive sotto le tende, c'è il tema dell'Ucraina, tutte le prospettive di pace vengono regolarmente frustrate. E poi c'è il tema forte dei redditi delle famiglie, che non hanno ancora recuperato l'inflazione. Tutti elementi che non permettono di guardare al futuro con fiducia: anche la minoranza che nel nostro sondaggio si dichiara ottimista, sembra che lo faccia quasi più per scaramanzia che per convinzione».

Che impatto hanno queste preoccupazioni sui consumi?

«Già a Natale, anche dal confronto con Nielsen, sembra che, dopo un anno tutto sommato positivo per la grande distribuzione, con un più 3% per le vendite alimentari, a dicembre si sia scesi all'1,5%, e quindi con volumi stabili rispetto all'anno scorso. Un clima di frugalità che si proietta per il 2026: i nostri opinion leader prevedono una crescita

limitata allo 0,3% dei consumi, anche meno dello 0,9% previsto dall'Istat».

Come mai questa differenza?

«Non c'è una distanza enorme: le nostre previsioni si basano sulle percezioni di manager e dirigenti di alto livello, che spesso di fatto anticipano i dati finali dell'Istat».

Neanche i saldi daranno una spinta ai consumi?

«La stagione dei saldi appartiene a una società dei consumi che non c'è più, quando i prezzi erano fissi fino a Natale. Adesso ci sono vendite promozionali tutto l'anno, e i siti di e-commerce vendono continuamente i prodotti delle passate stagioni. Forse ormai la vera stagione delle grandi vendite è diventata il Black Friday. Dal nostro sondaggio, le intenzioni di acquisto per abbigliamento e calzature nel 2026 non sono delle migliori: prevale chi vuole ridurre le spese rispetto a chi vuole aumentarle».

Ci sono prodotti rispetto ai quali la spesa potrebbe aumentare?

«Il clima di incertezza e preoccupazione è tale che si rimandano tutte le grandi scelte, non solo l'acquisto dell'auto, ma anche la nascita di un figlio, il trasferimento in un'altra città, la ricerca di un nuovo lavoro. E non sempre si tratta di scelte dettate da motivi economici: per la nascita di un figlio la risposta più che "non posso" spesso è "non m'interessa"».

Dai vostri dati in effetti emerge che le uniche spese in crescita sono quelle necessarie, dalle bollette alla benzina al cibo, mentre si rinuncia ai grandi progetti, come la ristrutturazione della propria casa. Ma non c'è proprio nulla da cui gli italiani si sentano attratti?

«Nelle nostre indagini noi non siamo mai inclini a raccontare

un'Italia pessimista, però quest'anno non abbiamo individuato grandi elementi di interesse, a parte la voglia di dedicare un po' più di attenzione a quello che mangia. Nei momenti di difficoltà (in tempi recenti è successo anche durante l'epidemia di Covid) gli italiani guardano al cibo come a un'ancora identitaria. E quindi dichiarano di voler spendere un po' di più nel cibo domestico, rinunciando a quello che può offrire la ristorazione. Ma è un'attenzione più concentrata sulla ricerca del benessere fisico che della soddisfazione organolettica».

Gli italiani sembrano pronti alla sugar tax, che è stata rinviata...

«Anche noi siamo contrari alla sua adozione: più che una tassa, che penalizza i più deboli, sarebbe opportuno rimodulare l'Iva a favore dei prodotti di qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cresce
l'attenzione
a quello
che si
mangia
Nei
momenti
di difficoltà
il cibo è
un'ancora

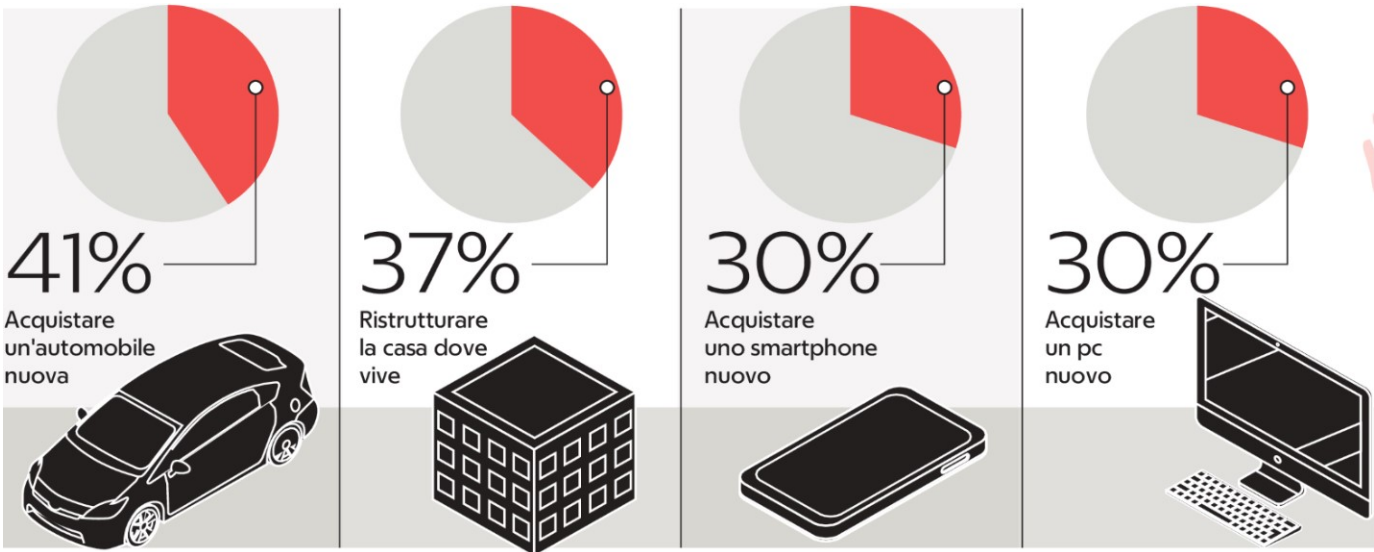


ALBINO RUSSO
DG ANCC-COOP



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?)



LA LISTA DEI DESIDERI DEGLI ITALIANI

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

■ Pensa di farlo ■ Vorrebbe farlo ma non pensa accadrà

Stare di più con la mia famiglia	71%	81% 55-65enni	17%
Conoscere nuove persone	57%	65% Upper class	20%
Sviluppare competenze legate all'AI	31%	36% 18-29enni	27%
Iniziare un progetto artistico e creativo	22%	26% Donne	30%
Imparare una nuova lingua	20%	28% 18-29enni	43%
Cambiare lavoro	14%	21% 18-29enni	32%
Avere un figlio*	12%		29%
Prendere un animale domestico	11%		33%
Riprendere gli studi	9%		29%
Pianificare un anno sabbatico / pausa di riflessione	7%	11% Lower class	30%
Trasferirsi in un'altra città	7%		32%
Aprire una nuova attività / Mettermi in proprio*	7%		22%
Sposarmi	6%		17%
Trasferirsi all'estero/ in un'altra Nazione	5%	9% 18-29enni	31%
Divorziare / Separarsi**	4%		9%

*Fascia 18-44enni **Attualmente sposato
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma "Wish List 2026", consumer survey, dicembre 2025