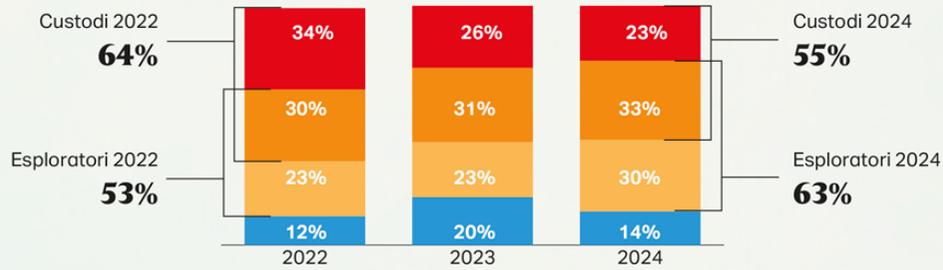


Italiani, food explorers

SI FRAMMENTA L'IDENTITÀ ALIMENTARE DEGLI ITALIANI

(Oggi quale stile alimentare la rappresenta di più?, valori percentuali, totale campione)

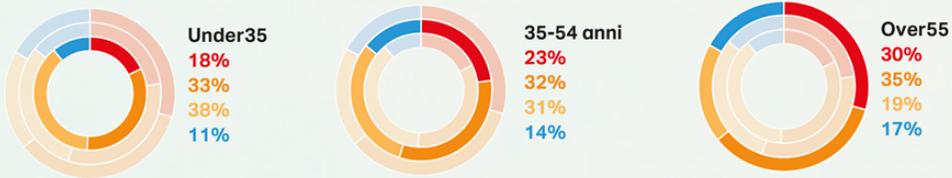
■ Solo tradizione e territorio
 ■ Tradizione e nuove identità
 ■ Solo nuove identità
 ■ Nessuna identità



FOOD IDENTITY. I GIOVANI SI DEFINISCONO A TAVOLA PIÙ DEGLI OVER55

(Oggi quale stile alimentare la rappresenta di più?, valori percentuali, totale campione)

■ Solo tradizione e territorio
 ■ Tradizione e nuove identità
 ■ Solo nuove identità
 ■ Nessuna identità



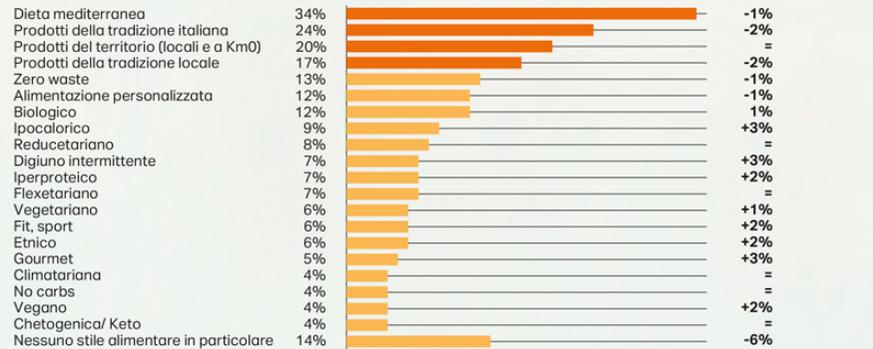
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "idee di futuro", consumer survey, agosto 2024



Image Midjourney IA

LA DIETA POLICROMA DEGLI ITALIANI

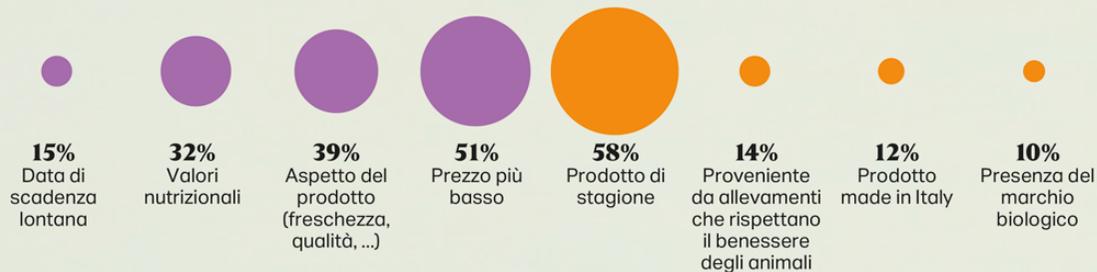
(Oggi quale stile alimentare la rappresenta di più?, valori percentuali, totale campione)



#rappcoop24 italiani.coop

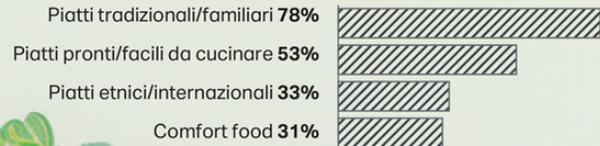
GIOVANI TRADIZIONALISTI E PRAGMATICI IN CUCINA ... MA SENZA DIMENTICARE L'AMBIENTE

(I seguenti fattori influenzano le tue decisioni di acquisto dei prodotti alimentari?, valori percentuali, giovani 18-35 anni che non vivono più in famiglia, top10 driver di acquisto)



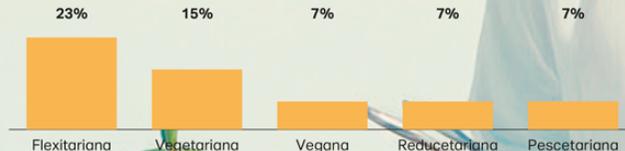
PER I GIOVANI IL CIBO PREPARATO IN CASA È COMFY, TRA RICORDI E "ZERO SBATTI"

(Quali tipi di preparazione preferisci cucinare a casa?, valori percentuali, giovani 18-35 anni che non vivono più in famiglia, item più citati)



POCA CARNE NEGLI STILI ALIMENTARI DEI GIOVANI TRENDSETTER

(In quali abitudini alimentari ti riconosci?, valori percentuali, giovani 18-35 anni che non vivono più in famiglia, diffusione delle diete senza o a ridotto contenuto di carne e altri derivati animali)



SPESA ANALOGICA PER I GIOVANI ITALIANI

(Dove effettui la maggior parte della spesa alimentare?, valori percentuali, giovani 18-35 anni che non vivono più in famiglia)



1 su 2

Giovani che hanno rinunciato o ridotto il consumo di carne

36%

Stanno valutando di eliminare o ridurre il consumo di carne in futuro

La dieta conscious e no frills dei giovani trendsetter italiani

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su "Il cibo e i giovani", survey esclusiva Scomodo per Ufficio Studi Coop
Survey condotta su utenti social di Scomodo per Ufficio Studi Coop

Mindfoodness



ITALIANI I PIÙ ATTENTI IN EUROPA AD UN'ALIMENTAZIONE SANA

(Differenza % tra consumatori che nel 2024 vogliono fare maggiormente quell'attività rispetto al 2023 e consumatori che vogliono farla di meno)

	Concentrarsi su un'alimentazione sana	Pagare un prezzo più elevato per avere prodotti più salutari
Media UE	+31%	+1%
Italia	+36%	+15%
Germania	+29%	+5%
Francia	+33%	+6%
Spagna	+35%	+6%
Regno Unito	+30%	-11%

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati McKinsey

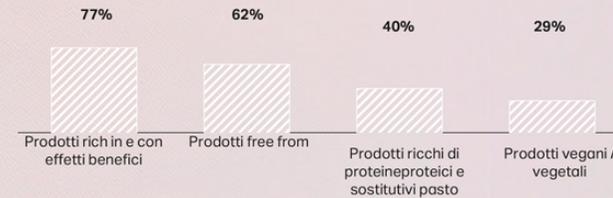
PER GLI ITALIANI HEALTHY È SINONIMO DI RICH IN E FREE FROM
(Per lei, un prodotto alimentare/bevanda ha effetti benefici per la salute e il benessere fisico e mentale quando è ...?, prima risposta in ordine di importanza, valori percentuali, totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Osservatorio Packaging del Largo Consumo Nomisma, aprile 2024

IL PRO OR LESS CONQUISTA GLI ITALIANI

(Quota di italiani che negli ultimi 12 mesi ha consumato almeno una volta a settimana, valori percentuali, totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Osservatorio Packaging del Largo Consumo Nomisma, aprile 2024

SALUTISTICO E BENESSERE IN CIMA AI TREND DEI PANIERI DI CONSUMO DEL 2024

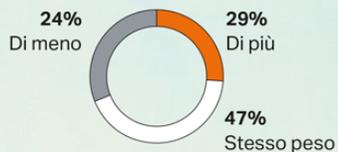
(Vendite a volume*, Grocery, Omnichannel Italia, var%, I sem. 2024/2023)



* Prezzi costanti

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati NielsenIQ

1 ITALIANO SU 3 SA DI ESSERE INGRASSATO
(Rispetto al 2019, lei oggi pesa ...?, valori percentuali, totale campione)



+7,3 kg
Aumento di peso medio

ITALIA, UN PAESE A DIETA
(Nel corso del 2024, per tenere sotto controllo il suo peso, lei ha seguito una dieta?, valori assoluti e percentuali, totale campione)

16,8 mln
(42%)
Italiani che hanno seguito una dieta alimentare nel 2024



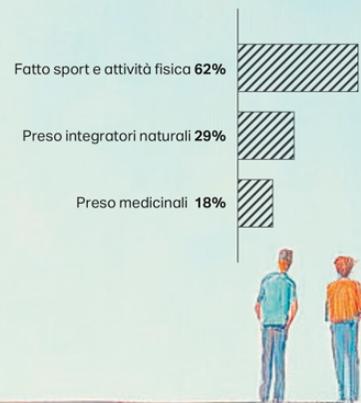
Italiani che nel 2024 hanno seguito o seguono una dieta...

Fai da te, consigliata da parenti o amici	Prescritta dal medico o dal nutrizionista	Consigliata dal personal trainer o dall'allenatore
24%	22%	22%

LA DIETA CORRE SUI SOCIAL (numero di post per hashtag, instagram)

#diet 77,8 mln
#dieta 36,3 mln

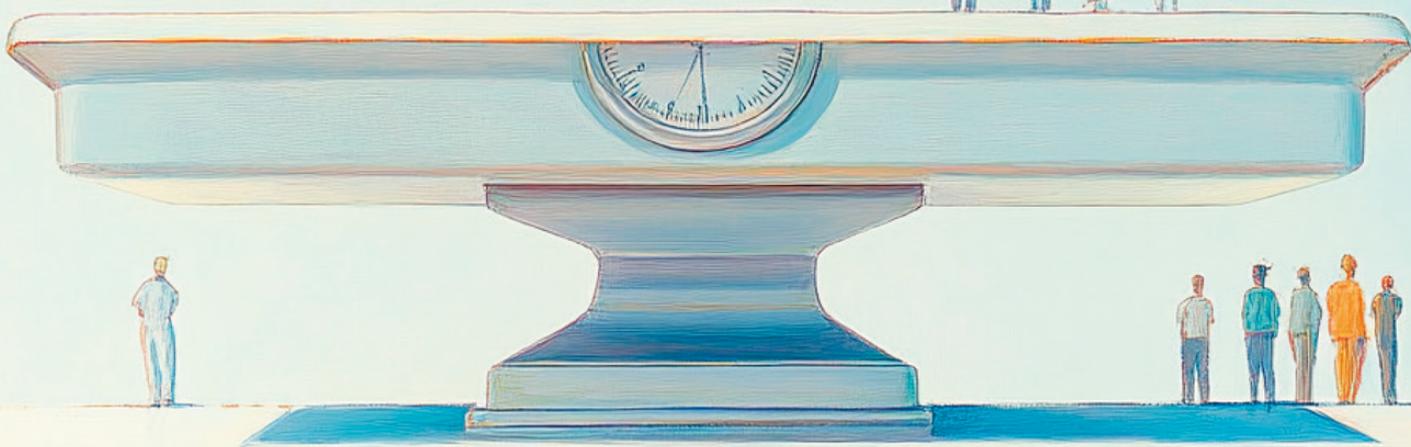
SPORT E NUOVI STILI ALIMENTARI, GLI STRUMENTI PER ESSERE IN FORMA OLTRE ALLA DIETA
(Nel corso del 2024, per tenere sotto controllo il suo peso, lei ha ...?, valori percentuali, totale campione)



ITALIANI E I NUOVI FARMACI PER DIMAGRIRE
(È stato scoperto che alcuni farmaci destinati alla cura del diabete consentono di perdere peso in poco tempo e senza modificare il proprio regime alimentare. Cosa ne pensa?, valori assoluti, totale campione)

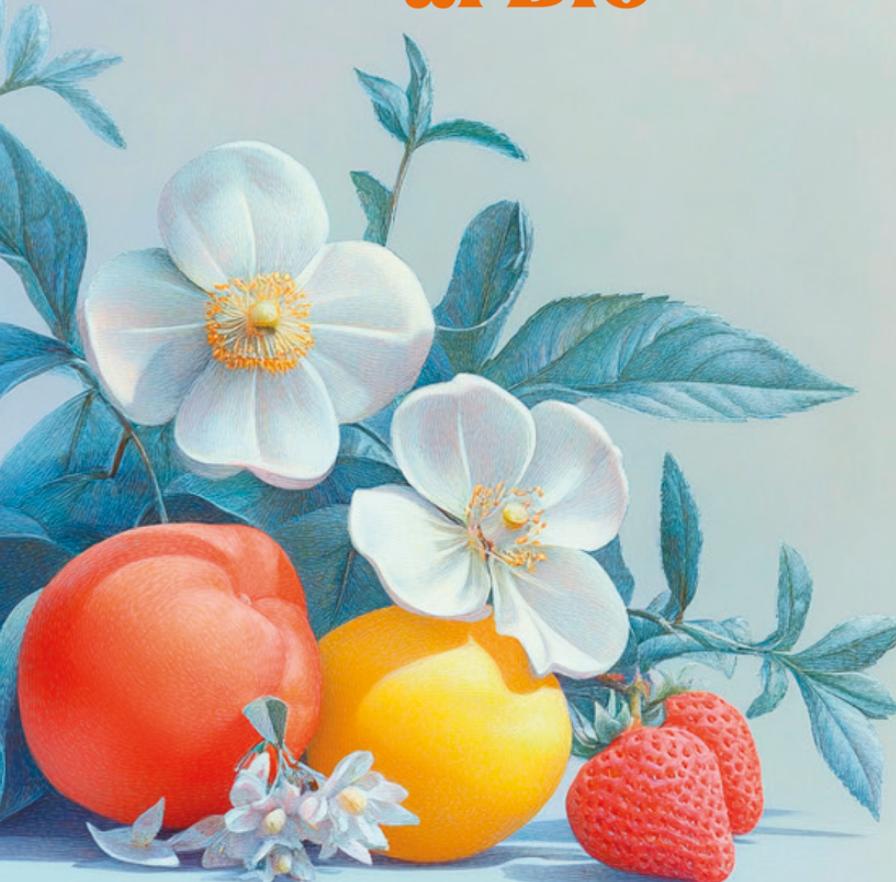
8,6 mln
Italiani che utilizzano o sarebbero interessati a ricorrere a farmaci per il diabete per tenere sotto controllo il peso

ANCHE PER IL FUTURO L'OBIETTIVO È RESTARE IN FORMA
(Come cambieranno i suoi comportamenti rispetto a ...?, valori percentuali, totale campione)



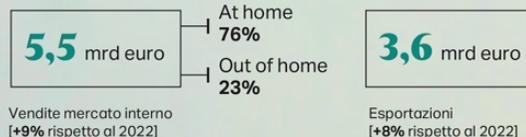
Thinness mission, italiani tutti a dieta

Ritorno al Bio



BIO ITALIA, NEL 2023 CRESCONO VENDITE INTERNE ED ESPORTAZIONI

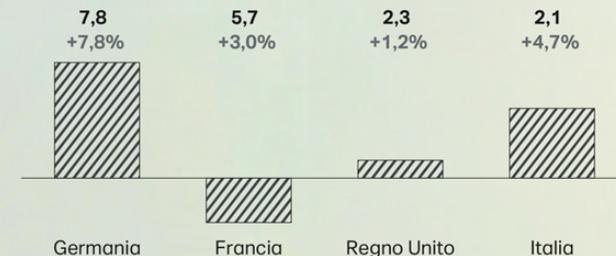
(Vendite bio, Grocery, Omnichannel Italia, e valore esportazioni, valori assoluti e valori percentuali, 2023-2022)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Nomisma per Osservatorio Sana

ITALIA, IL QUARTO MERCATO DEL BIOLOGICO PER DIMENSIONE TRA I GRANDI PAESI IN EUROPA

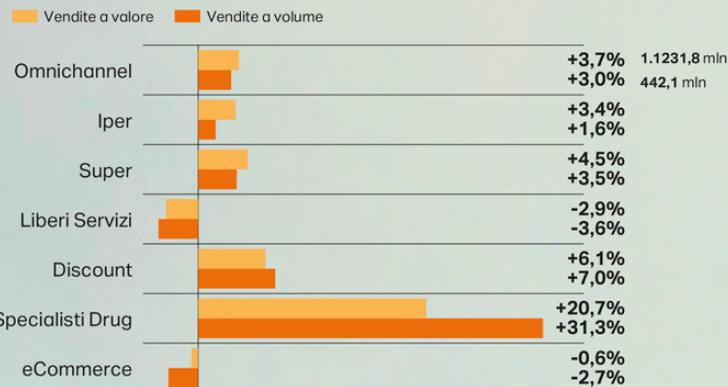
(Vendite bio a valore, Grocery, valori in miliardi di euro e var% annue, 2023)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati NielsenIQ

TORNANO I CONSUMI DOMESTICI BIOLOGICI NEL 2024

(Vendite bio a valore e volume*, Grocery, Omnichannel Italia, progr. 21 luglio 2024, var% su stesso periodo anno precedente)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati NielsenIQ

AGLI ITALIANI IL BIOLOGICO PIACE

	I sem. 2024	Var% annua
Atti di acquisto	29,5	+3,2%
Scontrino medio	5,1 €	+1,1%
Spesa media	150 €	+4,3%

24,8 mln

Famiglie acquirenti bio in Italia nel 2023

9,6 mln

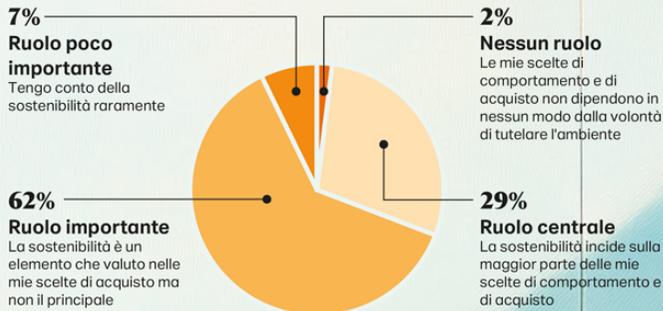
Italiani che nei prossimi 12/18 mesi aumenteranno l'acquisto di prodotti biologici

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati NielsenIQ e Ufficio Studi Coop-Nomisma "Idee di futuro", consumer survey, agosto 2024

Planet first (anche a tavola)

LA SOSTENIBILITÀ RESTA AL CENTRO DELLA QUOTIDIANITÀ DEGLI ITALIANI

(Quale ruolo ricopre oggi la sostenibilità ambientale nella sua quotidianità?, valori percentuali, totale campione)



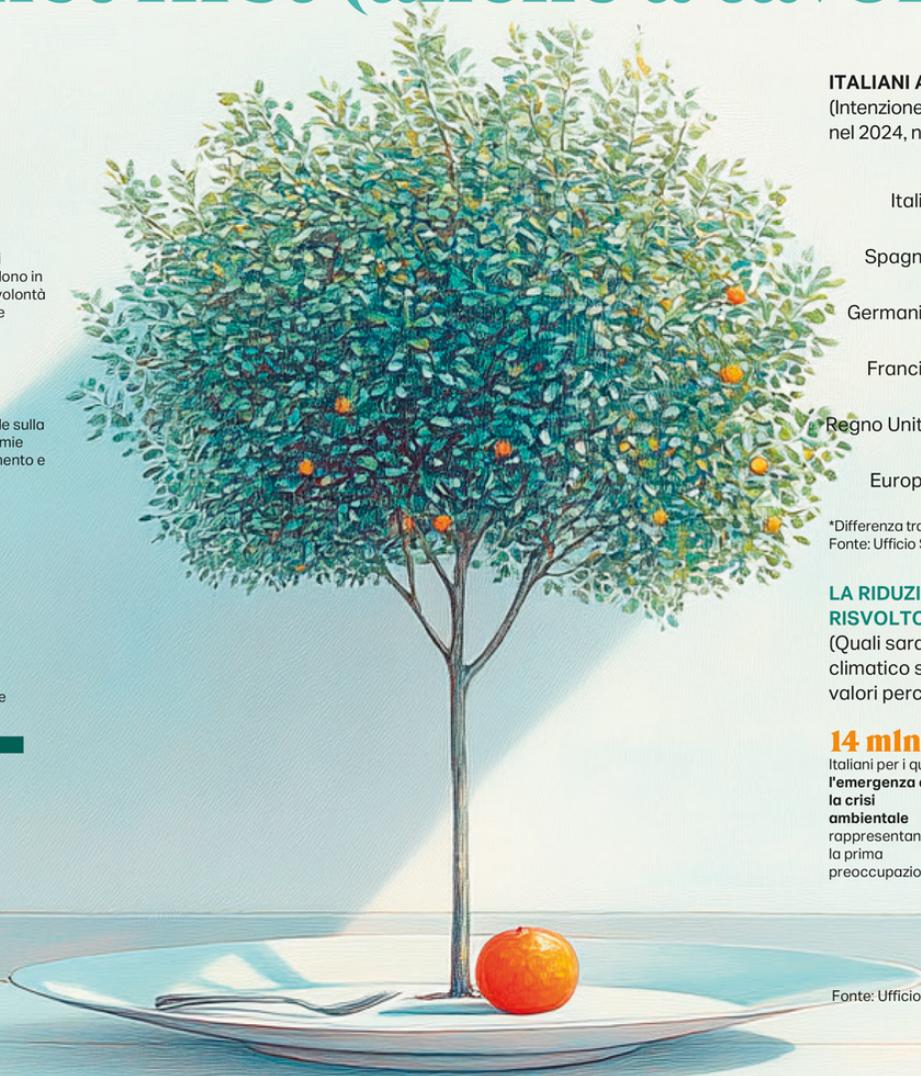
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Osservatorio Packaging del Largo Consumo Nomisma, aprile 2024

FILIERA, PACK E CERTIFICAZIONI IN VETTA ALLE CARATTERISTICHE DI SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI

(Secondo lei quali caratteristiche rendono un prodotto alimentare o una bevanda sostenibile?, valori percentuali, totale campione)

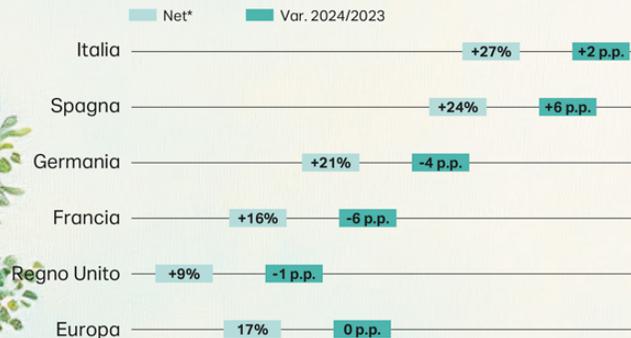


Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Osservatorio Packaging del Largo Consumo Nomisma, aprile 2024



ITALIANI A TAVOLA, TRA I PIÙ SOSTENIBILI D'EUROPA

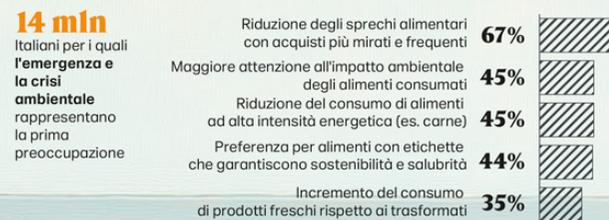
(Intenzione di acquisto di prodotti sostenibili/a basso impatto ambientale nel 2024, net 2024 e variazioni in punti percentuali 2024/2023)



*Differenza tra chi aumenterà e diminuirà gli acquisti
Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati McKinsey

LA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI COME PRIMO RISVOLTO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO A TAVOLA

(Quali saranno secondo lei i principali effetti del cambiamento climatico sulle abitudini di consumo alimentare degli italiani?, valori percentuali, totale campione manager food & beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma "Looking forward", executive survey, agosto 2024