

Rapporto Coop 2021: inquietudini, consumi e stili di vita. La nuova realtà post Covid

giovedì 09 settembre 2021

Restano gli effetti negativi della pandemia, come ansia, insonnia, depressione, disturbi alimentari e difficili condizioni economiche. Ma si scoprono nuove priorità, tra cui la corretta alimentazione e la tutela ambientale

Restano le ferite fisiche, mentali ed economiche della pandemia, ma comincia a rinascere anche un sentimento di ottimismo e di fiducia nel prossimo. Il “Rapporto Coop 2021 – Economia, Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani”, redatto dall’Ufficio Studi di Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori), racconta la situazione della nuova realtà post Covid.

“Io penso positivo” è il nuovo mood post pandemia per quasi 7 italiani su 10 – secondo l’indagine – e, messo da parte il rancore, torna la fiducia nel prossimo (lo afferma il 41% rispetto al 19% di quattro anni fa).

Tuttavia, tale sentimento dipende più da una nuova consapevolezza sulle “cose importanti della vita” (45% degli intervistati), che da un concreto cambiamento delle proprie condizioni di vita.

Rapporto Coop 2021, cosa lascia la pandemia

Ansia, insonnia, depressione e disturbi alimentari sono alcuni degli effetti della pandemia sulla salute mentale. Si stima, infatti, in 10 miliardi il costo totale per il trattamento delle sindromi depressive generate dalla pandemia.

Restano, inoltre, le ferite economiche. Secondo i dati emersi dalle risposte degli intervistati, 27 milioni di italiani, ancora nel 2021, hanno fronteggiato rinunce e disagi quotidiani; 18 milioni sono coloro che ne prevedono il perdurare nel tempo e 5 milioni coloro che temono il protrarsi di sacrifici, anche in ambito alimentare.

Le aspettative per il futuro sono condizionate dalle difficili condizioni economiche attuali. Il 28% degli italiani, infatti, prevede di avere – nel 2022 – un livello di spesa ancora inferiore rispetto al 2019.

Cassaintegrati, giovani e donne sono i meno ottimisti. A rimanere al palo è proprio l’occupazione, che mostra una crescita troppo lenta (nel primo semestre 2021 fa segnare un +1,8%). Secondo il campione, il rischio è che a crescere saranno soprattutto la sottoccupazione (59%), il lavoro in nero (50%), i gap generazionali (51%).

“Lo scenario delineato nel Rapporto 2021 ci restituisce l’immagine di un’Italia

indubbiamente trasformata dalla pandemia con aspetti positivi che incoraggiano, ma anche con segnali che rivelano ancora l'esistenza di pesanti incognite e di forti disuguaglianze. Il post Covid per molte persone coincide con il tempo delle rinunce su aspetti importanti dell'esistenza, i consumi sembrano essere l'ultimo dei comparti che ripartirà", commenta Maura Latini, amministratrice delegata di Coop Italia.

Nuove priorità

I cittadini, però, nella speranza di uscire presto dalle restrizioni, cominciano a dare nuova forma al loro futuro, accelerando i cambiamenti e scegliendo nuove priorità.

Dopo l'home working praticato durante la pandemia, il 69% degli smart worker (9 milioni di persone) vuole sperimentare i nuovi equilibri tra lavoro e vita privata permessi dall'hybrid work; è ibrida anche la mobilità (157mila e-bike vendute nel primo semestre dell'anno e continuano a crescere le immatricolazioni per auto ibride e elettriche).

La digitalizzazione è diventata un'abitudine e mette a proprio agio il 65% degli italiani, a cominciare dall'e-commerce che, pur rallentando, continua la sua crescita (+18% nel 2021 rispetto al +45% di un anno fa

Anche dopo la pandemia, la casa non rappresenta più solo uno spazio di servizio, ma la nuova comfort area della vita quotidiana. Sono 1,2 milioni gli italiani che vogliono comprare casa e molti di più quelli che, approfittando dei nuovi incentivi, la vogliono ristrutturare (8 milioni) nel prossimo anno; 6 su 10 le famiglie che pensano di cambiare arredamento nei prossimi 3/5 anni.

Contemporaneamente, si riduce anche la forza attrattiva delle grandi metropoli e le città di piccole dimensioni/i borghi diventano i luoghi ideali di residenza per 1 italiano su 3. In particolare, vi è un 67% di giovani che intende rimanere a vivere nei comuni delle aree interne dove attualmente risiede.

Rapporto Coop 2021, cambiano le abitudini alimentari

Secondo l'indagine cambiano anche le abitudini alimentari. 1 italiano su 2 ha modificato le proprie consuetudini: il 23% dichiara di aver preso peso (in media + 5,8 kg), ma c'è anche chi ha cominciato a prediligere una dieta più equilibrata e salutare (15% quelli che hanno perso peso in media -7,1 kg).

Inoltre 1 consumatore su 6 ha dichiarato di voler modificare il proprio regime alimentare per ridurre l'impatto ambientale.

La tutela ambientale, infatti, diventa una priorità per molti consumatori. L'88% associa al cibo il concetto di sostenibilità, che significa per il 33% avere un metodo

di produzione rispettoso, per un altro 33% attenzione agli imballaggi, per il 21% è sinonimo di origine e filiera e per il 9% di responsabilità etica.

Così, il 13%

sta riducendo il consumo di carne, scegliendo prodotti locali e di stagione; i veg sono consumati anche da chi cerca solo una alternativa proteica alla carne e raddoppiano le vendite di proposte vegane di nuova generazione (le bevande, le besciamelle, i piatti pronti).

fonte HelpConsumatori