

GENERAZIONE Z: CONSUMI AL MINIMO E (A SORPRESA) POCA SENSIBILITÀ GREEN

FONTE: IL SOLE 24 ORE



Negli ultimi cinque anni, la spesa degli italiani è cambiata profondamente, guidata da nuovi stili di vita e diverse esigenze generazionali. Secondo un'analisi di NielsenIQ, crescono prodotti legati al benessere e al piacere immediato, come avocado, piatti pronti vegetali, energy drink e caffè in capsule, mentre si consolida l'abitudine all'aperitivo in casa.

Il modo di fare la spesa diventa più razionale e frammentato: si acquista più spesso ma in quantità minori, con attenzione al budget e alla riduzione degli sprechi.



A sorprendere è il comportamento della Generazione Z (12-27 anni). Contrariamente al trend globale che vede i giovani come sostenitori della green economy, in Italia il 73% di loro, spesso in famiglie a basso reddito, preferisce prodotti che offrano gratificazione immediata e semplifichino la vita quotidiana. La sostenibilità ambientale resta quindi un tema marginale nei loro acquisti.

Sul fronte geografico, le famiglie dei piccoli centri sostengono maggiormente la spesa alimentare tradizionale (+2,3% rispetto all'1% della media nazionale), mentre nelle grandi città prevalgono piatti pronti e prodotti comodi, favorita dalla presenza di single e anziani.



Sono però gli over 55 a trainare realmente i consumi: due terzi delle famiglie mature godono di un reddito elevato e scelgono prodotti di qualità e salutari. Nel 2024, il valore del loro carrello è cresciuto del +2,3%, con punte del +4,1% tra i single. La loro attenzione verso salute, ambiente e collettività li rende sempre più protagonisti, soprattutto in vista di un futuro dove le famiglie senza figli aumenteranno significativamente.

Questi dati disegnano un'Italia della spesa sempre più diversificata e complessa, con generazioni e territori che incidono profondamente sulle scelte di consumo.