

SCENARIO ECONOMICO E DINAMICA DEI CONSUMI

FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

IL CONTESTO INTERNAZIONALE

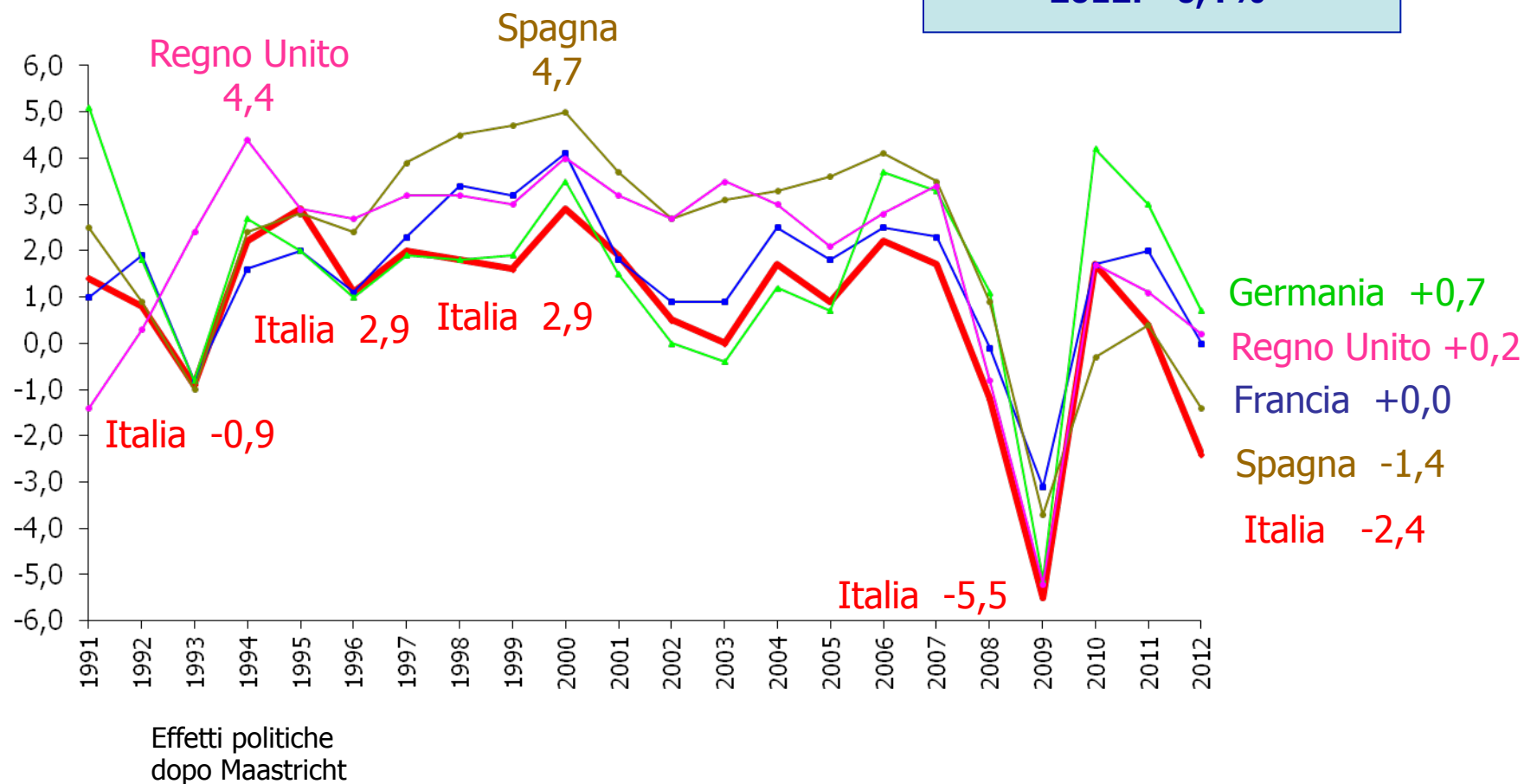
EVOLUZIONE PIL IN EUROPA

var % reali

MAASTRICHT

UE (27 PAESI)

2012: -0,4%



CAMBIO EURO/DOLLARO

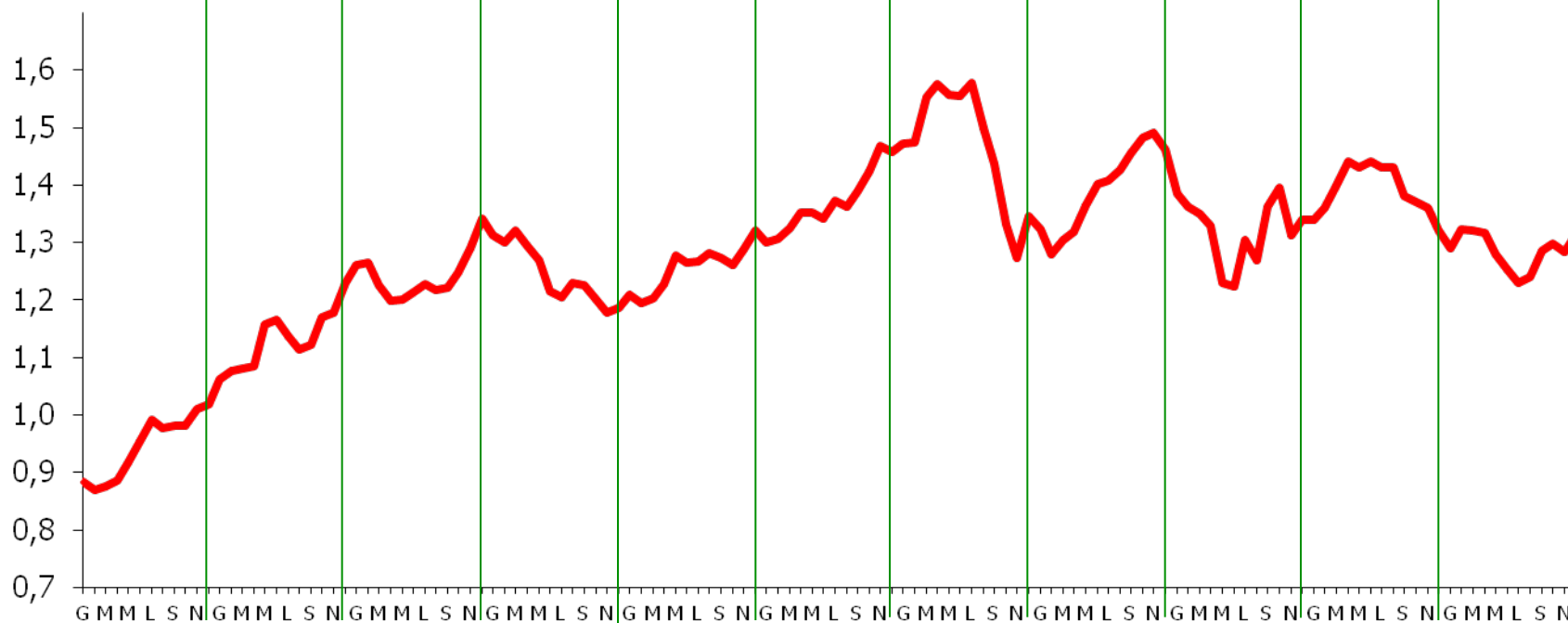
1/1/2002

Euro
moneta circolante

Ritiro delle monete
nazionali

Euro=1936,27 Lire

1 €



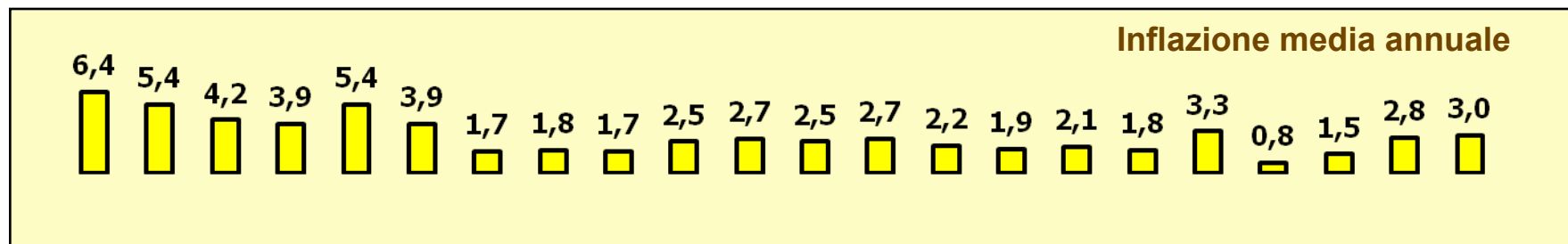
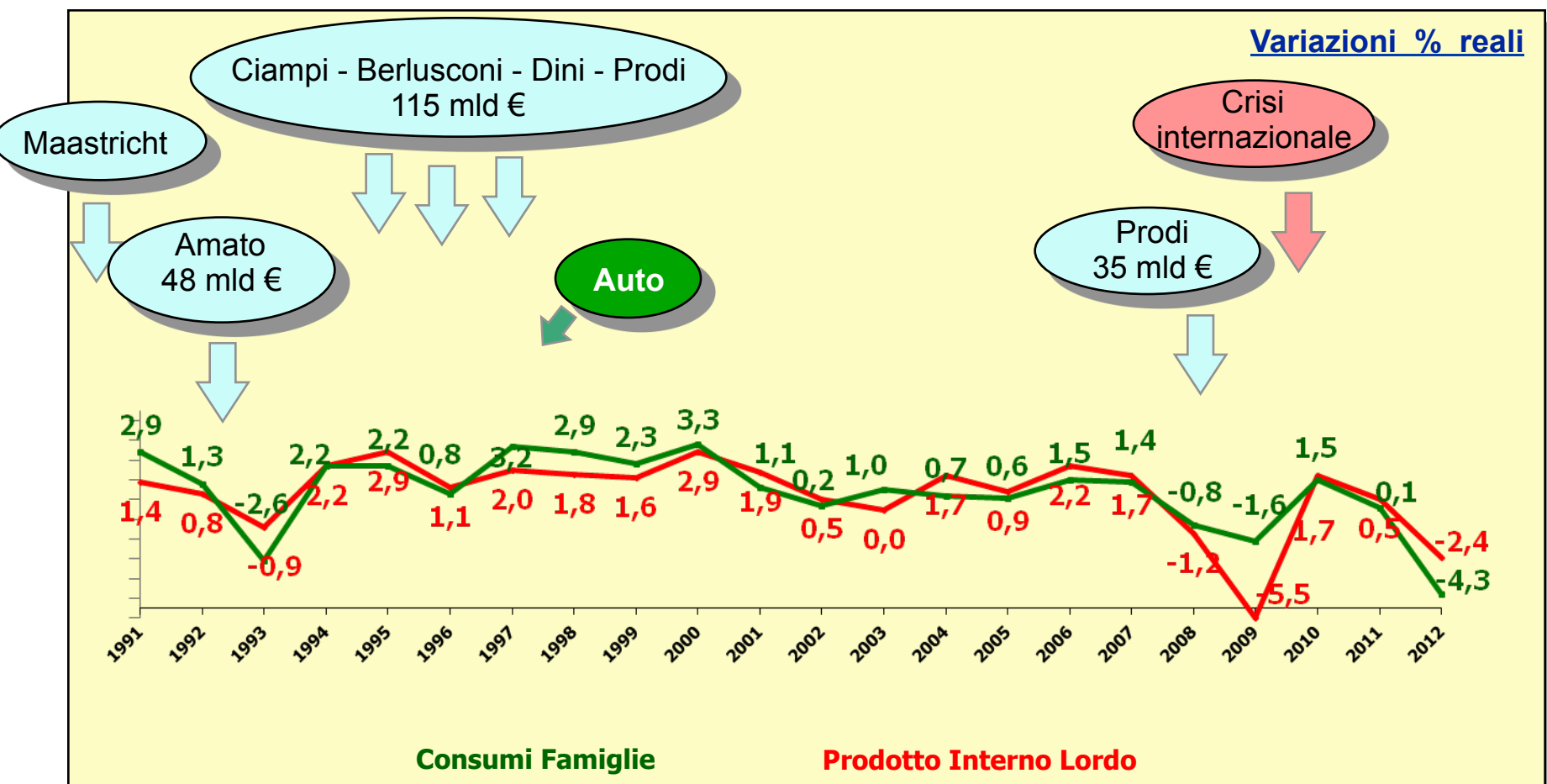
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012

PROSPETTIVE GLOBALI DI CRESCITA

Var % PIL in termini reali

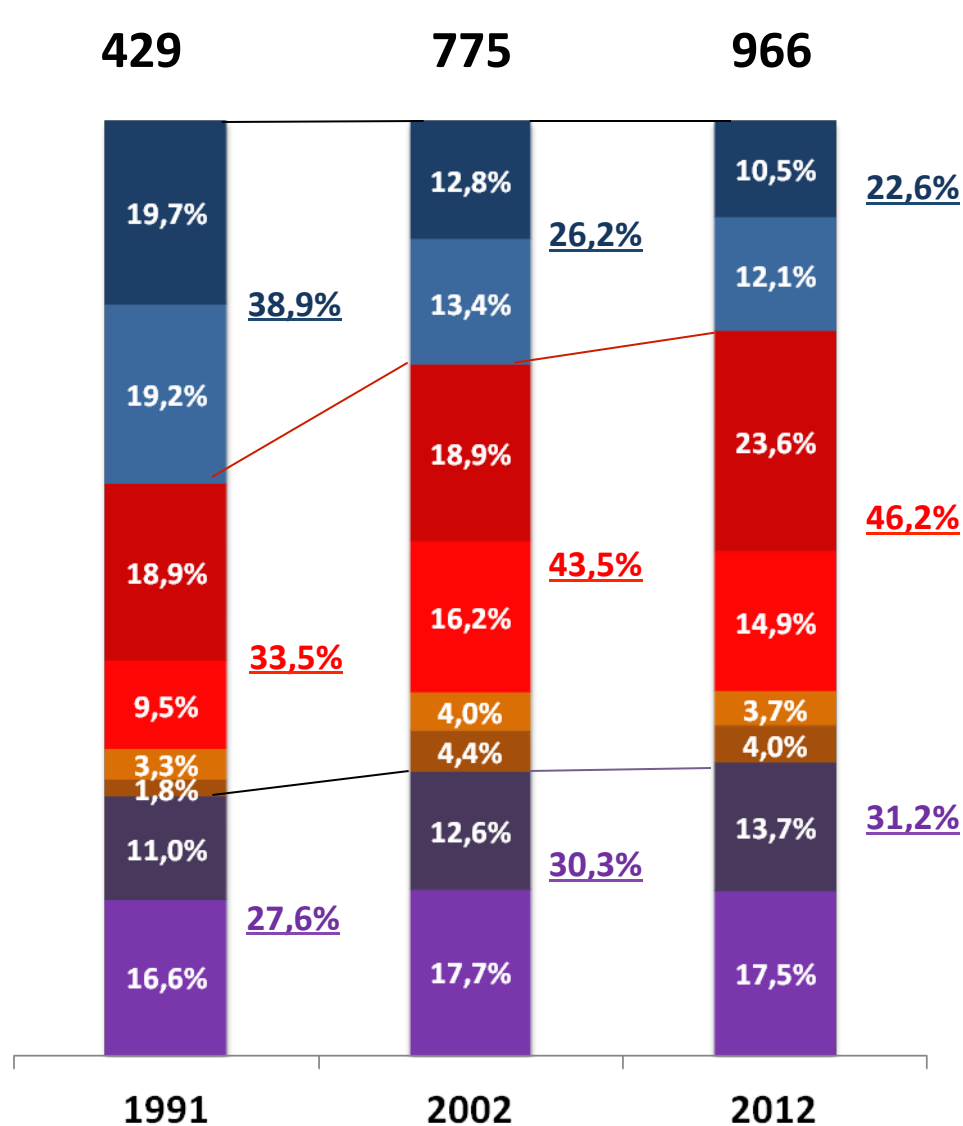
	2012	2013	2014
PAESI INDUSTRIALIZZATI	1,2	1,2	2,2
Stati Uniti	2,2	1,9	3,0
Giappone	2,0	1,6	1,4
Unione Europea	-0,6	-0,3	1,1
 PAESI IN VIA DI SVILUPPO:			
ASIA	6,6	7,1	7,3
Cina	7,8	8,0	8,2
India	4,0	5,7	6,2
 PAESI EX UNIONE SOVIETICA	3,4	3,4	4,0
 AMERICA LATINA	3,0	3,4	3,9
 EUROPA ORIENTALE	1,6	2,2	2,8
 MEDIO ORIENTE E NORD AFRICA	4,7	3,1	3,7
 AFRICA SUBSAHARIANA	4,8	5,6	6,1
 MONDO	3,2	3,3	4,0

L'ITALIA



EVOLUZIONE DEL MODELLO DI CONSUMO

- ITALIA -

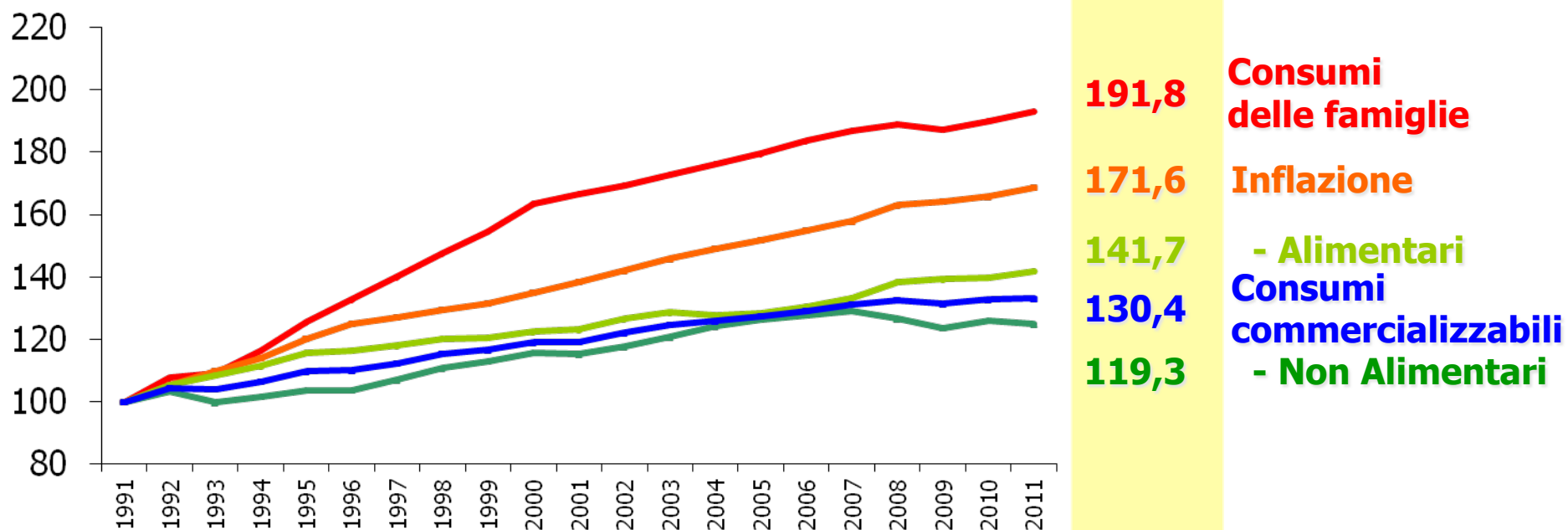


2012	€ mdi
Vendite al dettaglio	218
Non alimentari	101
Alimentari	117
Consumi "Obbligati"	447
Affitti, Gas, Luce, Acqua, Manutenzione abitazione	228
Servizi di trasporto, Carburanti, Comunicazione	144
Salute, Istruzione	36
Servizi assicurativi e finanziari	39
Altri consumi	301
Alberghi, Ristoranti, Viaggi	132
Benessere, Auto, Sport, Spettacoli, Giochi e lotterie, Professionisti e artigiani ecc	169

DINAMICA DEI CONSUMI COMMERCIALIZZABILI

- ITALIA -

INDICE VALORI CORRENTI



Fonte: Elaborazioni su dati Istat, GNLC Nielsen, Indicod Ecr-TradaLab

DINAMICA DEI CONSUMI COMMERCIALIZZABILI

- ITALIA -

	<u>2011</u> (mni €)	<u>2012</u> (mni €)	<u>Variazioni %</u>		
			<u>Correnti</u>	<u>Reali</u>	<u>Prezzi</u>
TOTALE ALIMENTARE	117.541	117.305	-0,2	-2,5	2,3
. Freschissimi	39.649	39.491	-0,4	-3,1	2,8
. Grocery	77.892	77.814	-0,1	-2,2	2,1
TOTALE NON ALIMENTARE	107.166	101.294	-5,5	-7,4	1,9
. Tessile / Abbigliamento	31.367	29.840	-4,9	-3,9	-1,0
. Arredo / Casalinghi	20.877	18.774	-10,1	-12,2	2,1
. Elettronica / Edutainment	22.337	21.264	-4,8	-11,4	6,6
. Bricolage	12.850	12.143	-5,5	-7,9	2,4
. Altri Articoli	19.735	19.273	-2,3	-3,6	1,3
TOTALE	224.707	218.599	-2,7	-4,8	2,1

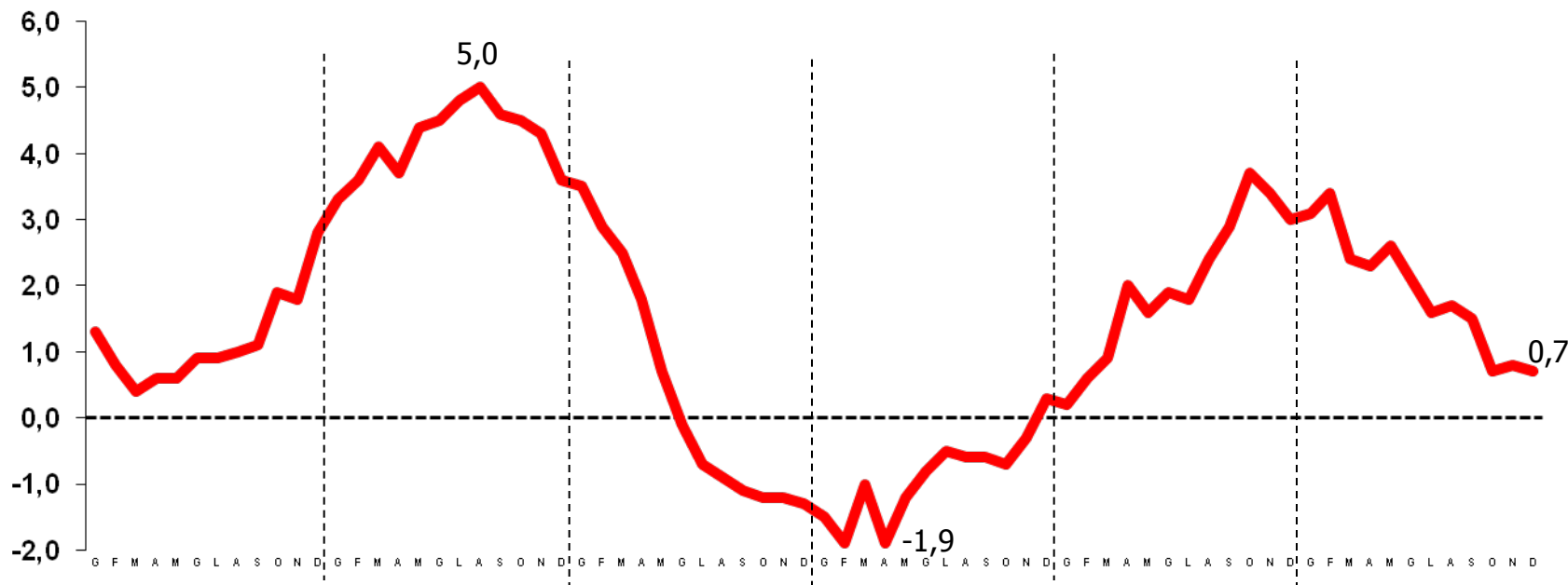
DINAMICA DEI CONSUMI COMMERCIALIZZABILI

- ITALIA -

	<u>2009 vs 2008</u>			<u>2010 vs 2009</u>			<u>2011 vs 2010</u>			<u>2012 vs 2011</u>		
	<u>Correnti</u>	<u>Reali</u>	<u>Prezzi</u>	<u>Correnti</u>	<u>Reali</u>	<u>Prezzi</u>	<u>Correnti</u>	<u>Reali</u>	<u>Prezzi</u>	<u>Correnti</u>	<u>Reali</u>	<u>Prezzi</u>
TOTALE ALIMENTARE	0,6	0,0	0,6	0,4	0,9	-0,5	2,0	-0,5	2,5	-0,2	-2,5	2,3
. Freschissimi	0,5	-0,4	0,9	-1,1	-1,9	0,8	1,4	-1,7	3,1	-0,4	-3,1	2,8
. Grocery	0,6	0,2	0,4	1,2	2,0	-0,8	2,3	0,1	2,2	-0,1	-2,2	2,1
TOTALE NON ALIMENTARE	-2,9	-3,7	0,8	2,3	1,9	0,4	-1,2	-3,1	1,9	-5,5	-7,4	1,9
. Tessile/Abbigliamento	-1,6	-3,3	1,7	-2,0	-3,3	1,3	-2,5	-3,2	0,7	-4,9	-3,9	-1,0
. Arredo/Casalinghi	-8,1	-10,9	2,8	5,6	3,5	2,1	0,1	-1,7	1,8	-10,1	-12,2	2,1
. Elettronica/Edutainment	-1,9	1,2	-3,1	4,9	7,3	-2,4	-5,7	-9,3	3,6	-4,8	-11,4	6,6
. Bricolage	-4,5	-6,6	2,1	3,6	2,2	1,4	1,2	-0,5	1,7	-5,5	-7,9	2,4
. Altri Articoli	1,3	0,4	0,9	2,5	1,9	0,6	3,9	0,7	3,2	-2,3	-3,6	1,3
TOTALE	-1,1	-1,8	0,7	1,3	1,3	0,0	0,4	-1,8	2,2	-2,7	-4,8	2,1

L' INFLAZIONE NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

- Largo Consumo Confezionato -
TOTALE IPERMERCATI + SUPERMERCATI
Var. % vs. mese corrispondente dell' anno precedente



Dato medio
gen-dic 2007
1,2%

Dato medio
gen-dic 2008
4,2%

Dato medio
gen-dic 2009
0,4%

Dato medio
gen-dic 2010
-0,9%

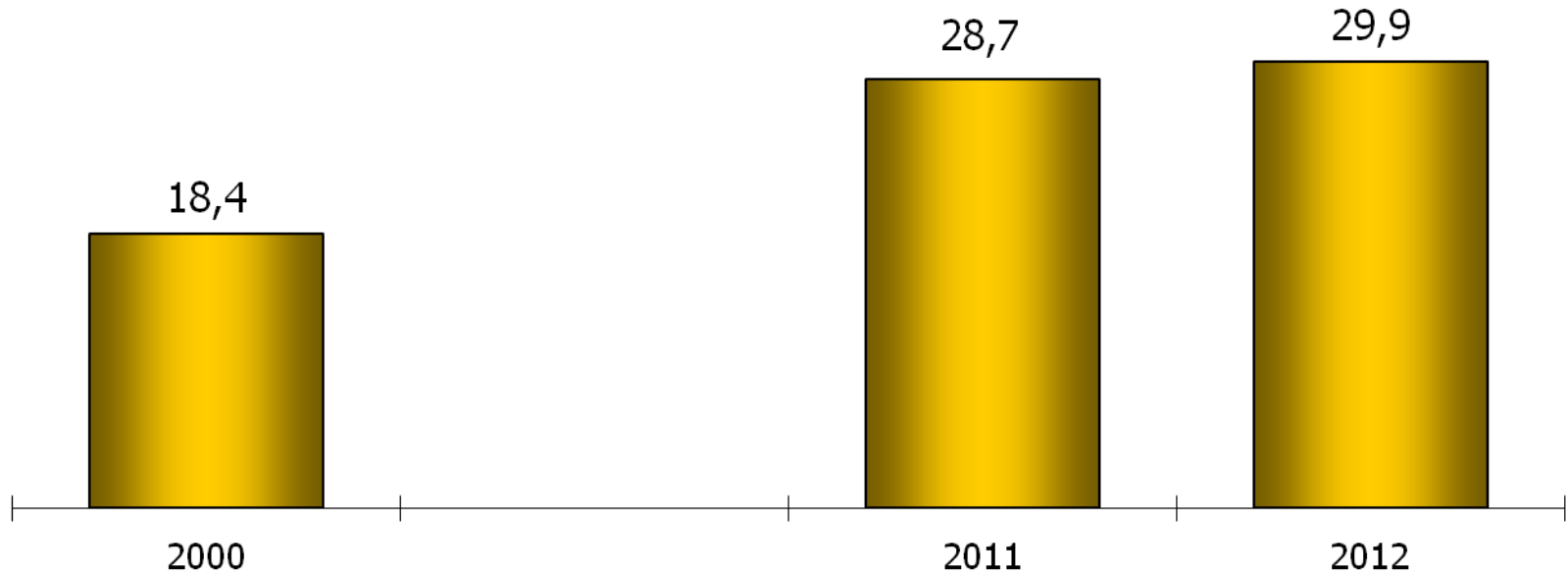
Dato medio
gen-dic 2011
2,0%

Dato medio
gen-dic 2012
1,9%

Misurazione effettuata su singoli prodotti presenti in entrambi i periodi di osservazione

LE PROMOZIONI – TOTALE GROCERY

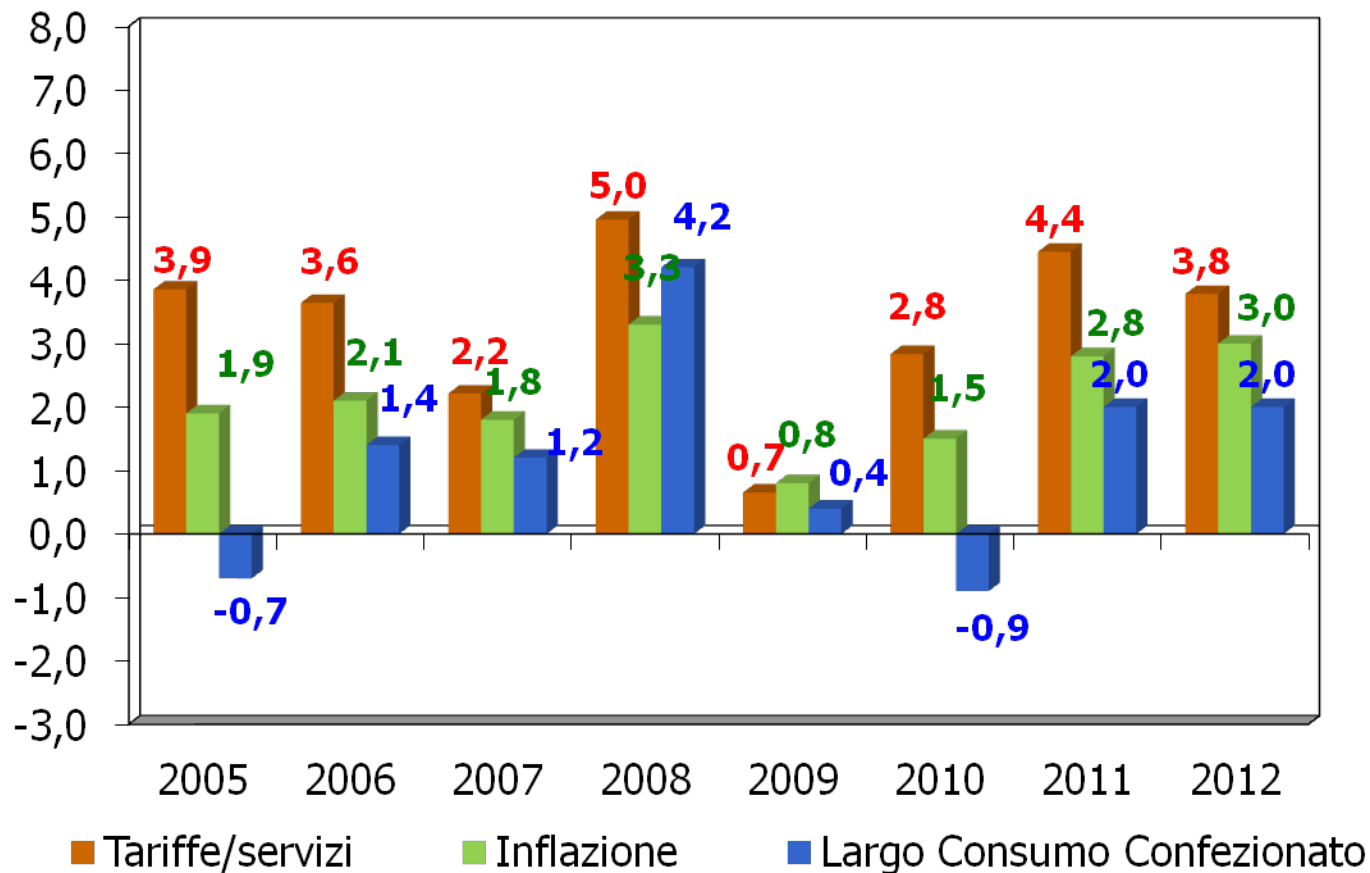
Pressione promozionale



Fonte: AC Nielsen Trade*Mis – Iper + Super

PREZZI DI TARIFFE / SERVIZI E PRODOTTI LCC

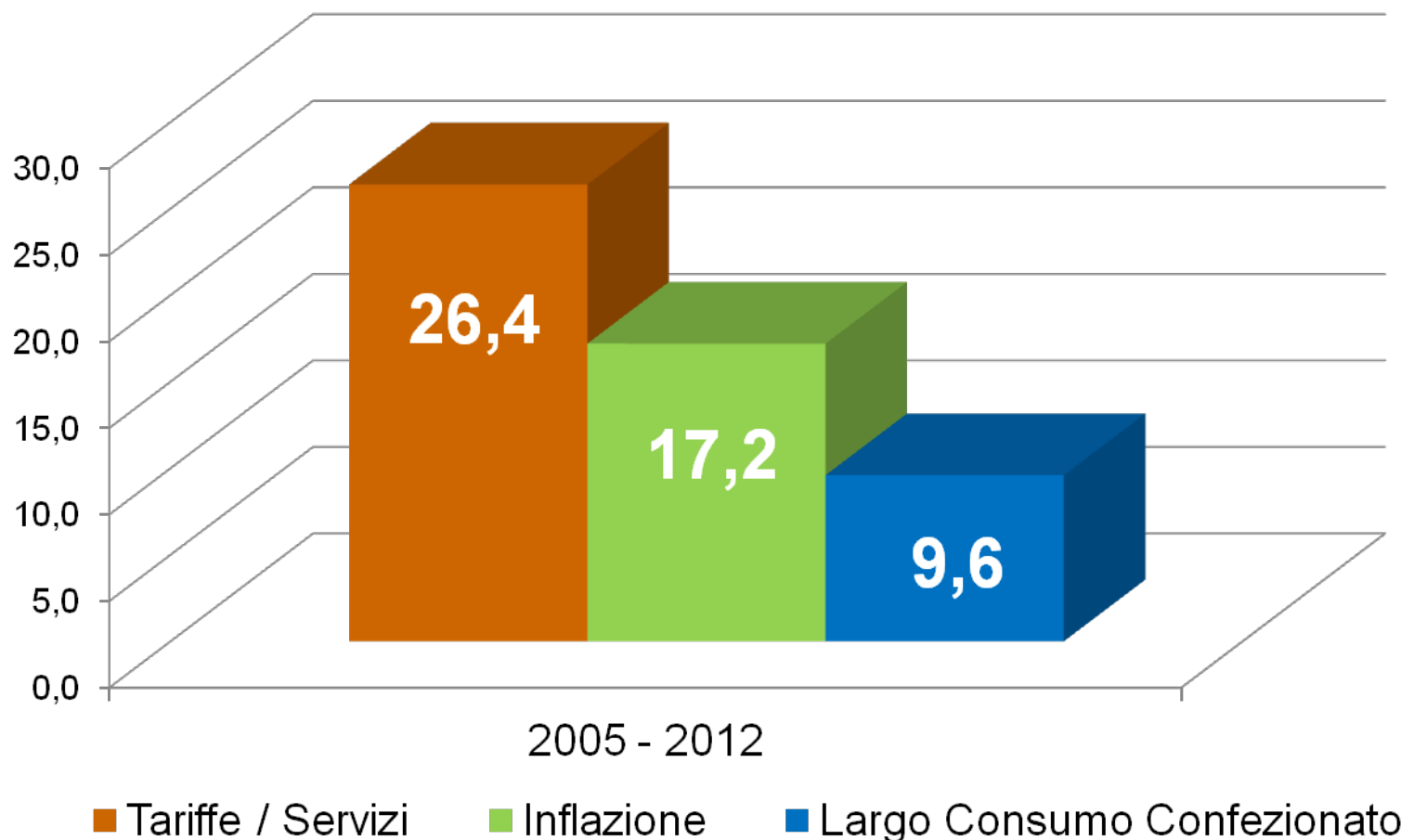
- Variazione % -



Tariffe/servizi comprende: energia elettrica, benzina, gas, acqua potabile , raccolta rifiuti, servizi postali, assicurazione mezzi di trasporto, riparazione mezzi di trasporto, trasporto passeggeri su rotaia, trasporto passeggeri su strada, trasporto aereo passeggeri, servizi ricreativi e culturali, servizi di ristorazione, servizi di alloggio, assistenza sociale, servizi di telefonia, servizi di parrucchiere e trattamenti di bellezza

PREZZI DI TARIFFE / SERVIZI E PRODOTTI LCC

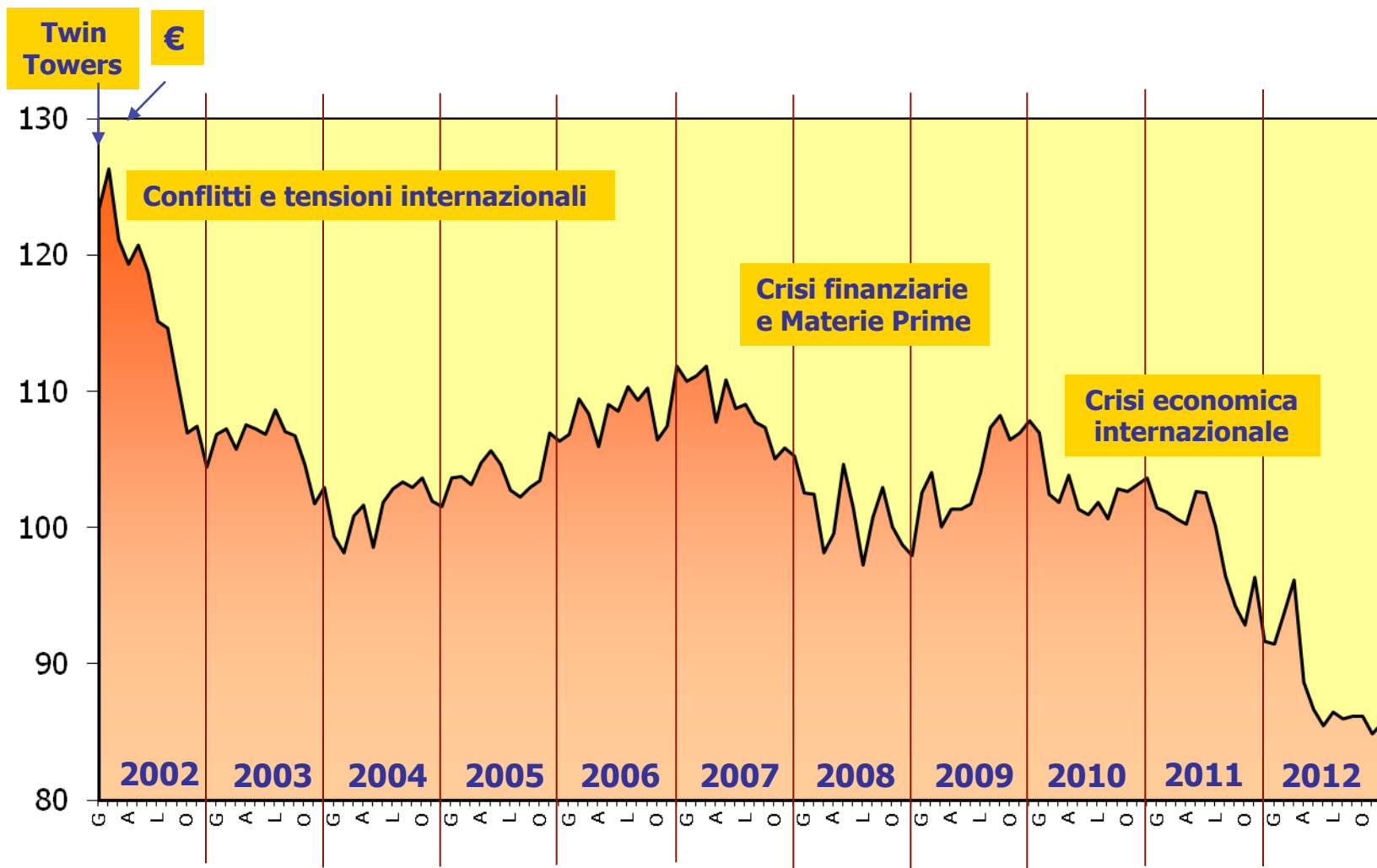
- Variazione % 2005 - 2012



Tariffe/servizi comprende: energia elettrica, benzina, gas, acqua potabile , raccolta rifiuti, servizi postali, assicurazione mezzi di trasporto, riparazione mezzi di trasporto, trasporto passeggeri su rotaia, trasporto passeggeri su strada, trasporto aereo passeggeri, servizi ricreativi e culturali, servizi di ristorazione, servizi di alloggio, assistenza sociale, servizi di telefonia, servizi di parrucchiere e trattamenti di bellezza

IL CONSUMATORE

CLIMA DI FIDUCIA



UN NUOVO CONSUMATORE

- Il consumatore diviene sempre più infedele e selettivo
- I cambiamenti nel suo comportamento d'acquisto sono **strutturali**
- Il low cost è considerato come acquisto intelligente, sia nella scelta dei contenitori (factory outlet) e dei canali di vendita (catene non food low cost, discount) sia nella scelta dei prodotti (private label)

- **Più razionale**
- **Esigente**
- **Critico**
- **Nomade**
- **Più consapevole**