

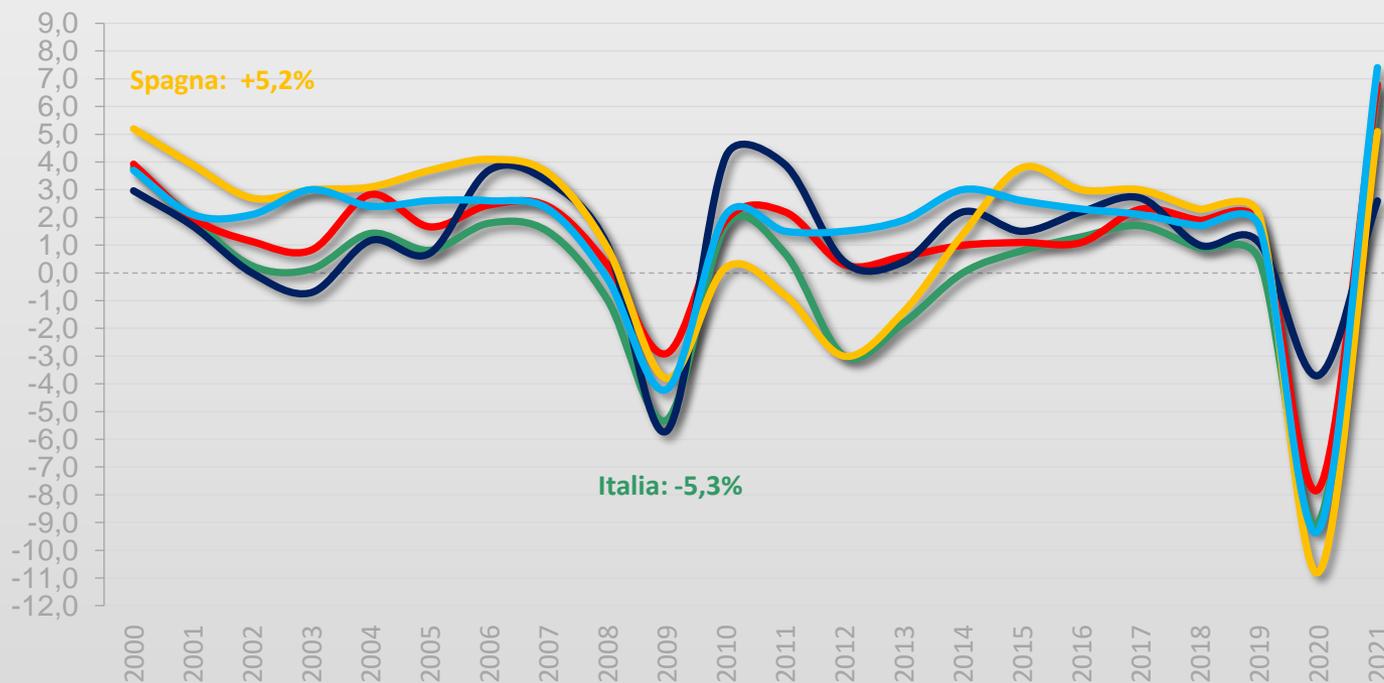
# SCENARIO ECONOMICO E DINAMICA DEI CONSUMI



## IL CONTESTO INTERNAZIONALE

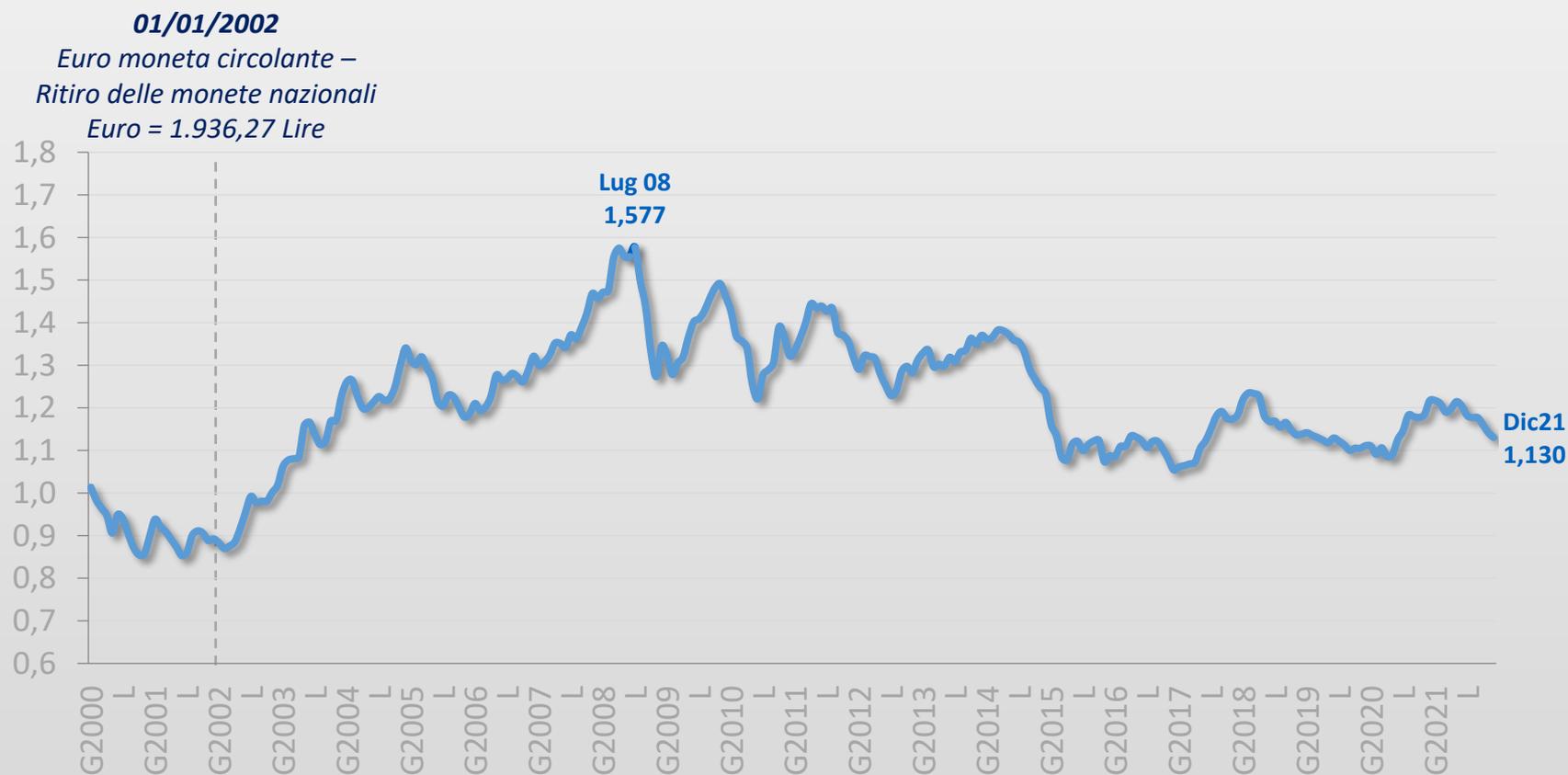
### EVOLUZIONE DEL PIL IN EUROPA Variazioni percentuali in termini reali

**UE (27 PAESI)**  
2021: +5,4%



## IL CONTESTO INTERNAZIONALE

### CAMBIO MENSILE EURO/DOLLARO



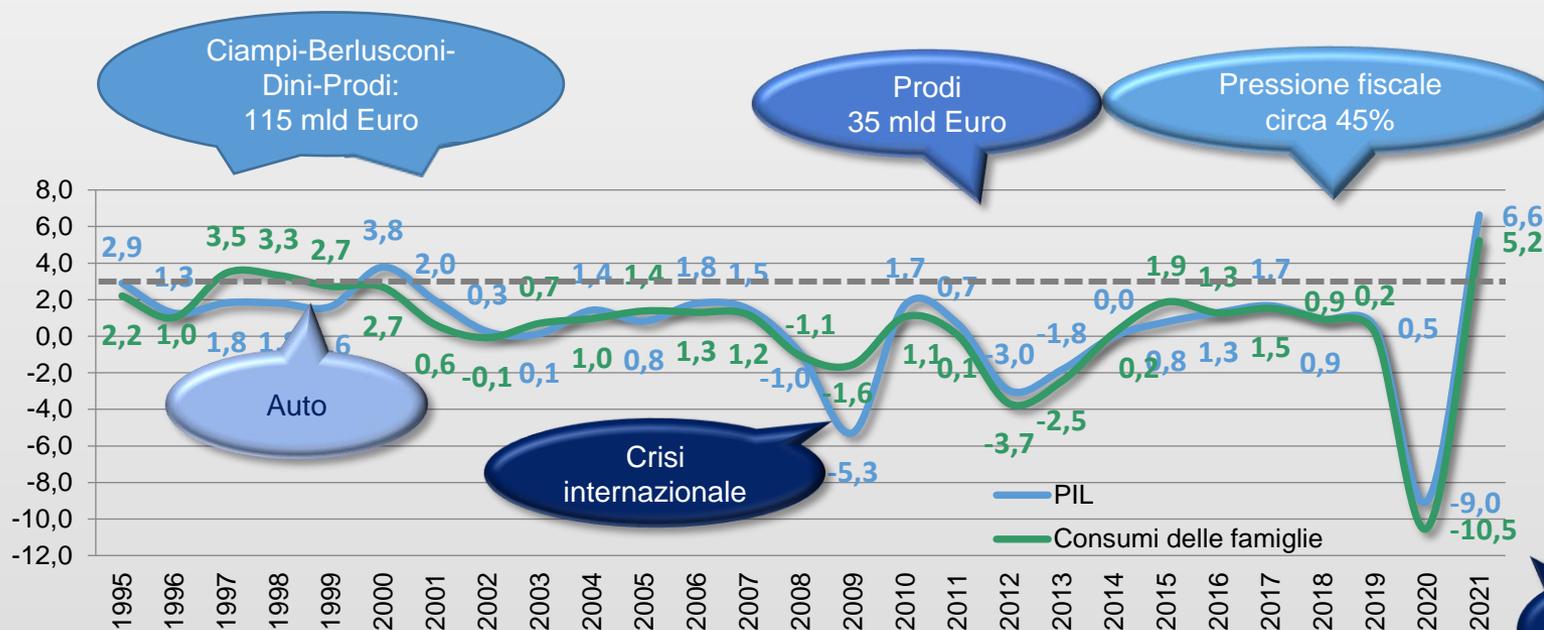
## IL CONTESTO INTERNAZIONALE

### PROSPETTIVE GLOBALI DI CRESCITA Variazioni percentuali in termini reali

	2020	2021	2022 <sup>P</sup>	2023 <sup>P</sup>
<b>PAESI INDUSTRIALIZZATI</b>	-4,5	5,2	2,5	1,4
<i>Stati Uniti</i>	-3,4	5,7	2,3	1,0
<i>Giappone</i>	-4,5	1,7	1,7	1,7
<b>AREA EURO</b>	-6,3	5,4	2,6	1,2
<b>PAESI IN VIA DI SVILUPPO</b>	-2,0	6,8	3,6	3,9
<b>ASIA ORIENTALE</b>	-0,8	7,3	4,6	5,0
<i>Cina</i>	2,2	8,1	3,3	4,6
<i>India</i>	-6,6	8,7	7,4	6,1
<b>EUROPA</b>	-1,8	6,7	-1,4	0,9
<b>AMERICA LATINA e PAESI CARAIBICI</b>	-6,9	6,9	3,0	2,0
<b>MEDIO ORIENTE e ASIA CENTRALE</b>	-2,9	5,8	4,8	3,5
<b>AFRICA SUB-SAHARIANA</b>	-1,6	4,6	3,8	4,0
<b>MONDO</b>	-3,1	6,1	3,2	2,9

## L'ITALIA

### PIL, CONSUMI DELLE FAMIGLIE E INFLAZIONE Variazioni percentuali in termini reali

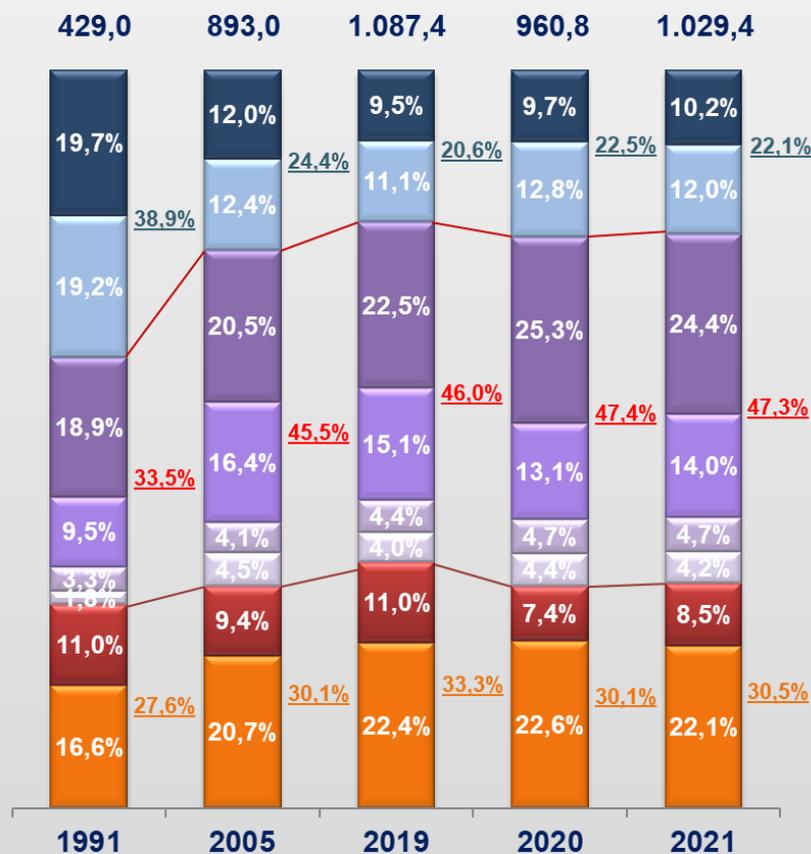


#### INFLAZIONE MEDIA ANNUALE

5,4	3,9	1,7	1,8	1,7	2,5	2,7	2,5	2,7	2,2	1,9	2,1	1,8	3,3	0,8	1,5	2,8	3,0	1,2	0,2	0,1	-0,1	+1,2	+1,2	+0,6	-0,2	+1,9
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------

## L'ITALIA

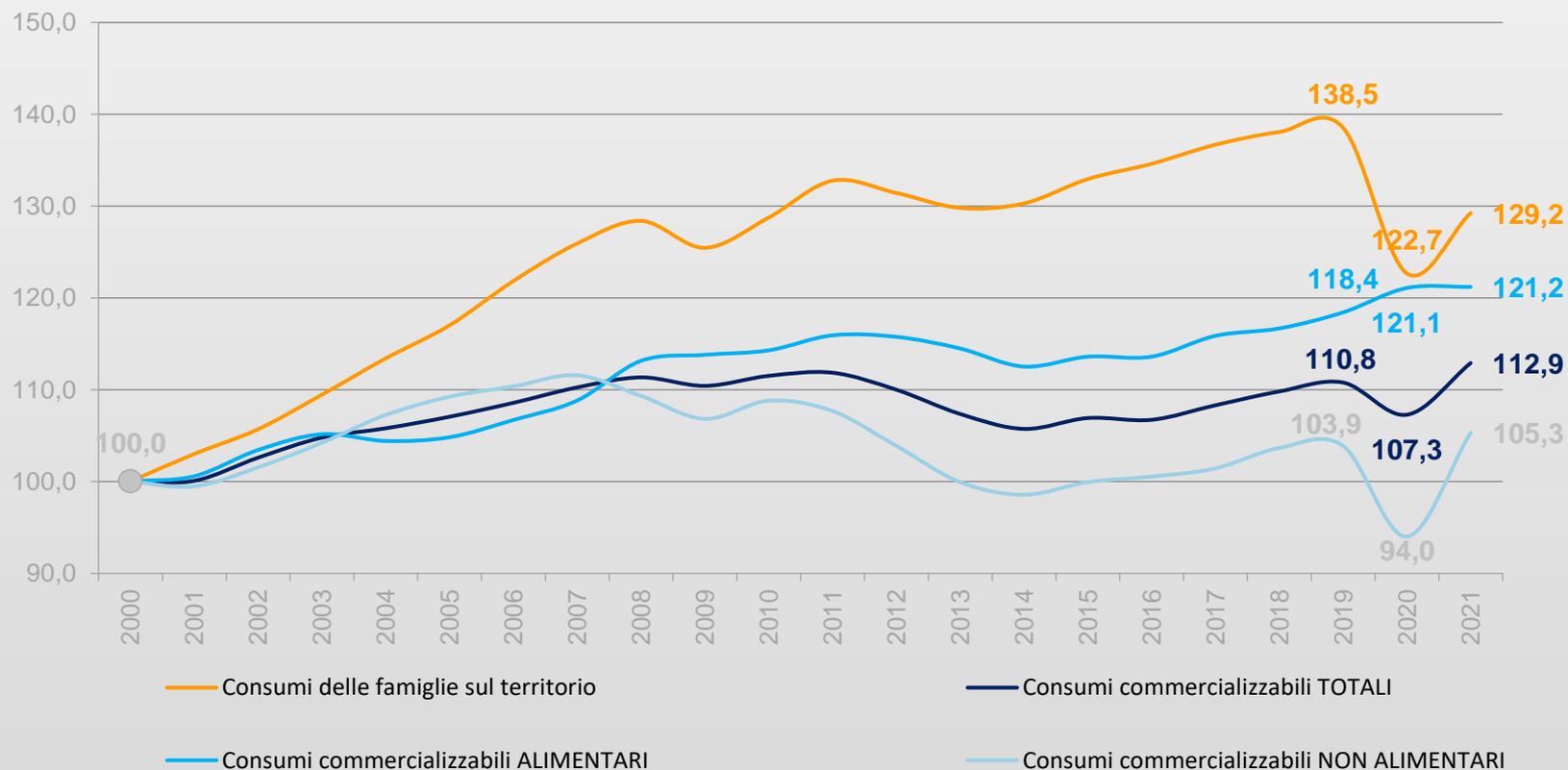
### EVOLUZIONE DEL MODELLO DI CONSUMO



2021	€ mld
<b>Consumi commercializzabili</b>	<b>228,0</b>
■ Non alimentari	104,7
■ Alimentari	123,2
<b>Consumi "obbligati"</b>	<b>487,3</b>
■ Affitti, Gas, Luce, Acqua, Manutenzione abitazione	251,4
■ Trasporti, Carburanti, Comunicazione	144,3
■ Salute, Istruzione	48,0
■ Servizi assicurativi e finanziari	43,6
<b>Altri consumi</b>	<b>314,1</b>
■ Alberghi, Ristoranti, Vacanze	87,0
■ Benessere, Sport, Spettacoli, Giochi e lotterie, Professionisti e artigiani, ...	227,0

## L'ITALIA

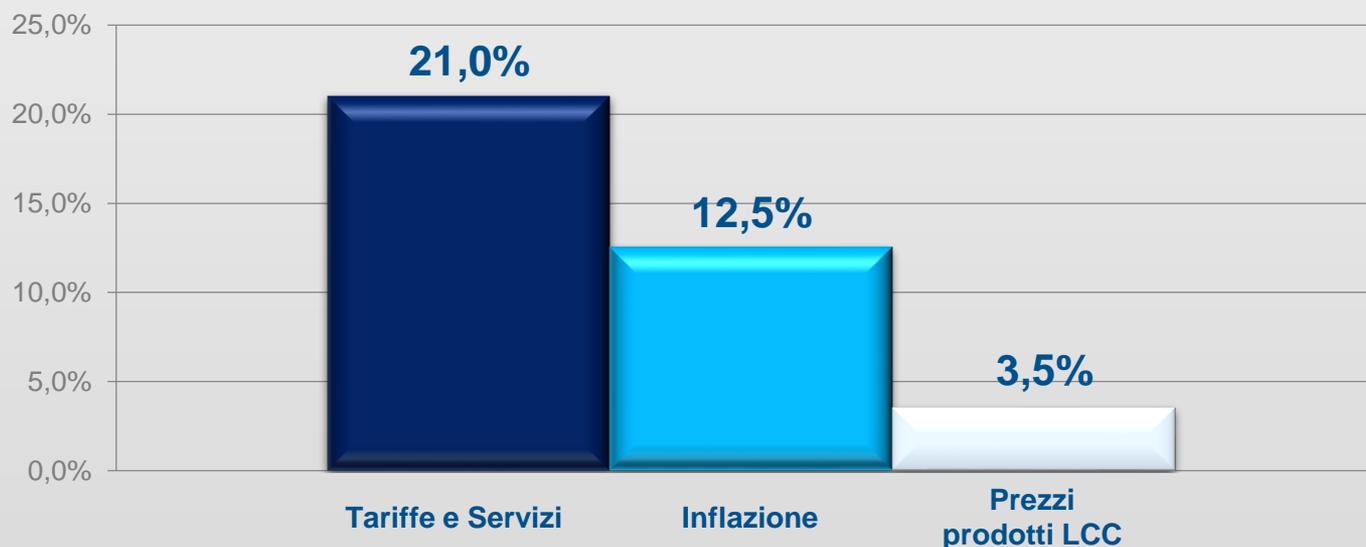
### DINAMICA DEI CONSUMI COMMERCIALIZZABILI Indice a valori correnti (Base 2000=100)



## L'ITALIA

**PREZZI DI TARIFFE/SERVIZI E PRODOTTI LCC**  
**Variazione percentuale 2010 - 2021**

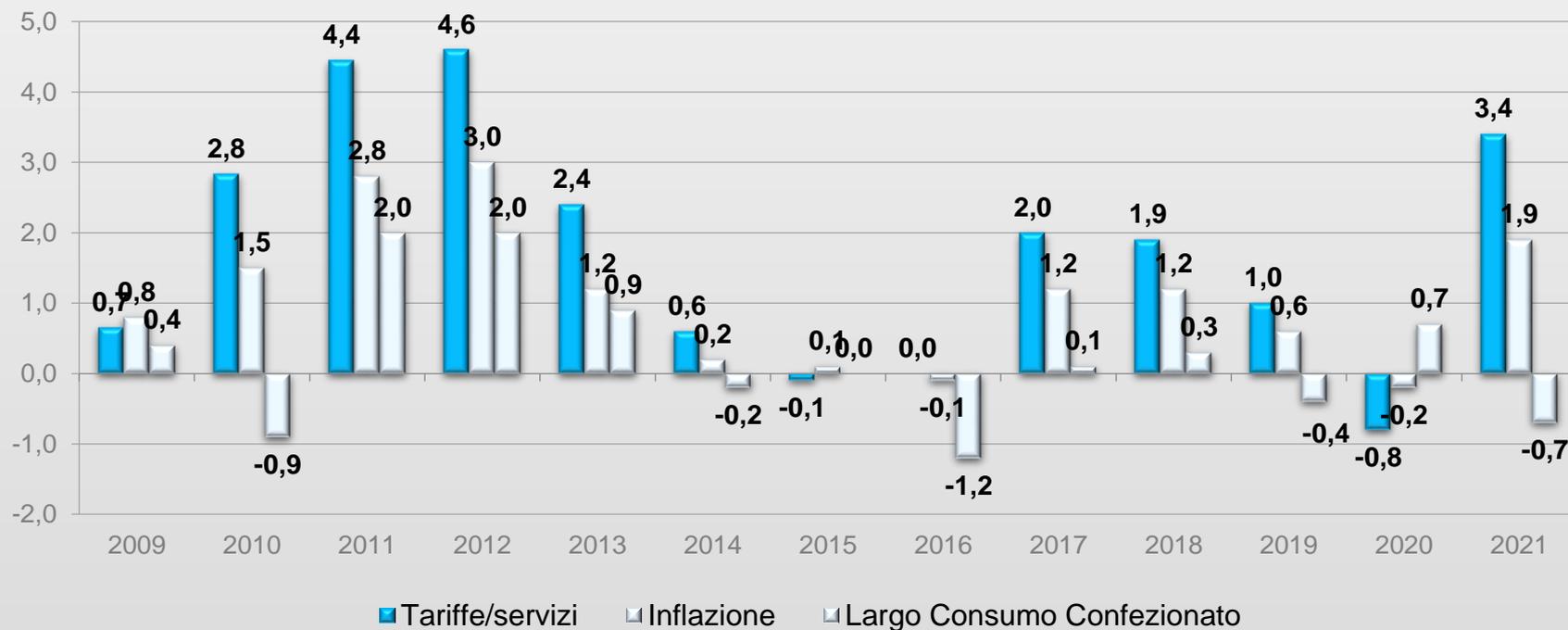
In uno scenario di consumi ancora deboli la DM trasferisce tutti i vantaggi derivati dalla maggiore efficienza direttamente ai clienti, riducendo costantemente i propri margini commerciali. Sul periodo 2010-2021, a fronte di aumenti cumulati di **tariffe e servizi** del **21,0%** e di un'**inflazione** del **12,5%**, i **prezzi dei prodotti confezionati** sono incrementati nella DM solo del **3,5%**.



Tariffe/servizi comprendono: 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

## L'ITALIA

### PREZZI DI TARIFFE/SERVIZI E PRODOTTI LCC Variazione percentuale anno su anno



Tariffe/servizi comprendono: 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

### IL CLIMA DI FIDUCIA



## IL CONSUMATORE

- Il consumatore è sempre più **selettivo e consapevole**
- I cambiamenti nel suo comportamento d'acquisto sono **strutturali**
- Si fa più **attenzione agli sprechi**
- In tale contesto emerge un **ritorno alla prossimità**, dove ne risentono in particolar modo i punti vendita extraurbani e di grandi dimensioni, soprattutto per quanto riguarda la spesa alimentare
- Nell'ambito dello shopping (non food), cresce la **rilevanza delle polarità commerciali** (centri commerciali, factory outlet center, stazioni, ...), che rappresentano spesso la prima scelta del consumatore nel processo di acquisto
- I consumi degli italiani diventano sempre più orientati verso i servizi rispetto alla «spesa abituale»
- Dal concetto di **multichannel** si passa a quello di **omnichannel**: ci si informa e si acquista contemporaneamente su più canali sfruttando l'evoluzione tecnologica e in particolare lo smartphone
- Il percorso di acquisto dei consumatori si sta evolvendo rapidamente, con una **maggiore interazione tra online e offline**
- L'**e-commerce** cresce in maniera progressiva: negli ultimi anni più per i prodotti che per i servizi

***Più razionale – Esigente – Critico – Consapevole – Digitale***

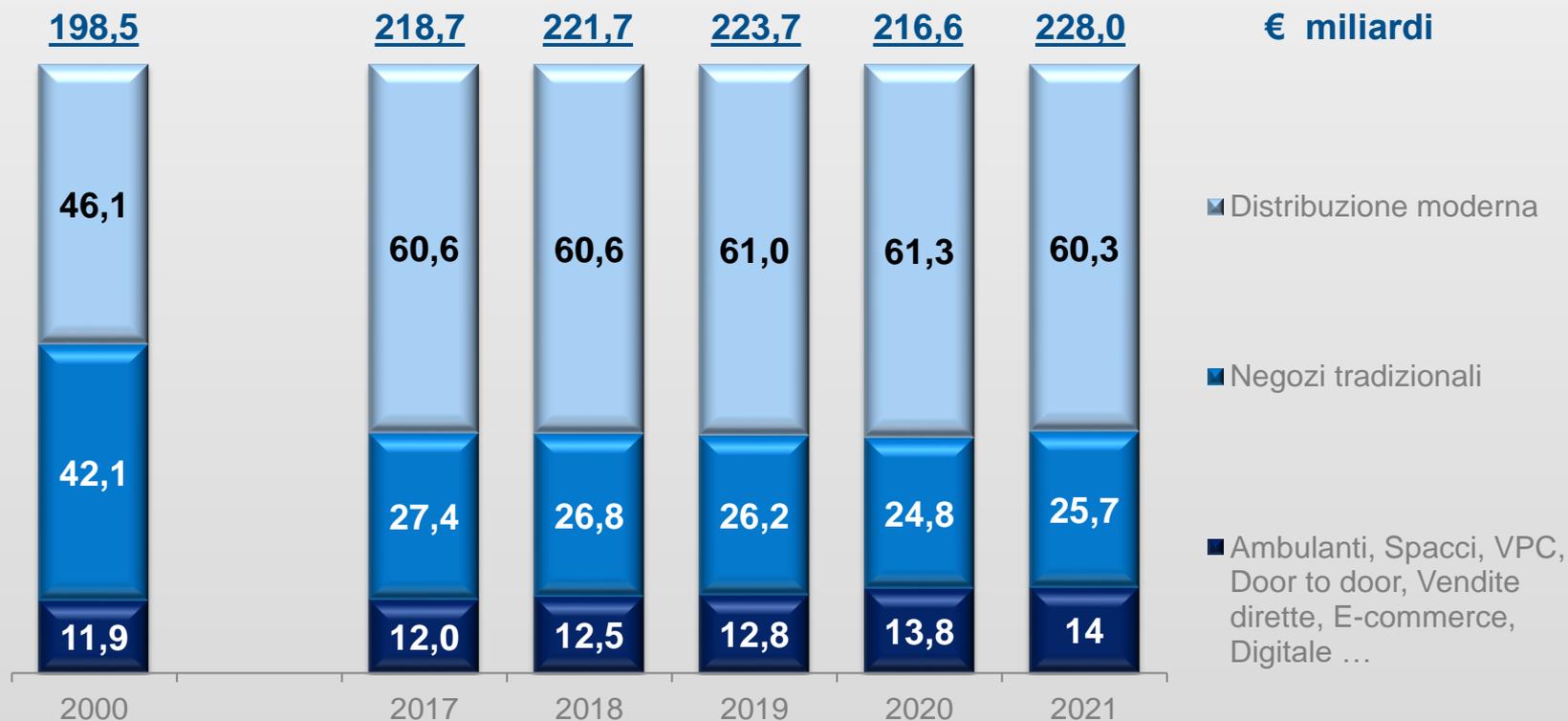
# MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

## EVOLUZIONE NUMERO PUNTI VENDITA

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>TOTALE ESERCIZI COMMERCIALI</b>	<b>945.509</b>	<b>943.319</b>	<b>945.416</b>	<b>941.625</b>	<b>933.678</b>	<b>921.869</b>	<b>901.435</b>	<b>892.194</b>	<b>883.939</b>
Non Alimentari	689.457	687.915	689.601	686.195	678.953	668.791	652.402	642.400	633.579
Alimentari	256.052	255.404	255.815	255.430	254.725	253.078	249.033	249.794	250.360
<b>NEGOZI TRADIZONALI</b>	<b>702.187</b>	<b>695.459</b>	<b>692.230</b>	<b>688.321</b>	<b>685.364</b>	<b>678.588</b>	<b>666.023</b>	<b>662.062</b>	<b>658.347</b>
Non Alimentari	510.984	503.919	499.493	495.356	491.949	486.145	476.187	470.548	466.096
Alimentari	191.203	191.540	192.737	192.965	193.415	192.443	189.836	191.514	192.251
<b>AMBULANTI</b>	<b>182.577</b>	<b>188.274</b>	<b>193.831</b>	<b>194.583</b>	<b>190.797</b>	<b>186.341</b>	<b>179.201</b>	<b>176.057</b>	<b>171.487</b>
Non Alimentari	145.960	152.078	157.830	158.870	155.538	151.660	145.538	142.859	138.624
Alimentari	36.617	36.196	36.001	35.713	35.259	34.681	33.663	33.198	32.863
<b>DISTRIBUZIONE MODERNA</b>	<b>61.246</b>	<b>60.088</b>	<b>59.355</b>	<b>58.721</b>	<b>57.517</b>	<b>56.940</b>	<b>56.211</b>	<b>54.075</b>	<b>54.105</b>
Non Alimentari	33.014	32.420	32.278	31.969	31.466	30.986	30.677	28.993	28.859
Alimentari	28.232	27.668	27.077	26.752	26.051	25.954	25.534	25.082	25.246
<i>Ipermercati (&gt;= 4.500 mq)</i>	<i>381</i>	<i>378</i>	<i>378</i>	<i>375</i>	<i>367</i>	<i>362</i>	<i>359</i>	<i>339</i>	<i>334</i>
<i>Supermercati e Superstore (400 – 4.499 mq)</i>	<i>8.683</i>	<i>8.588</i>	<i>8.673</i>	<i>8.653</i>	<i>8.647</i>	<i>8.740</i>	<i>8.751</i>	<i>8.805</i>	<i>9.041</i>
<i>Libero Servizio (100 – 399 mq)</i>	<i>14.470</i>	<i>13.872</i>	<i>12.990</i>	<i>12.613</i>	<i>11.998</i>	<i>11.645</i>	<i>11.149</i>	<i>10.553</i>	<i>10.361</i>
<i>Discount</i>	<i>4.698</i>	<i>4.830</i>	<i>5.036</i>	<i>5.111</i>	<i>5.039</i>	<i>5.207</i>	<i>5.275</i>	<i>5.385</i>	<i>5.510</i>

## MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE PESI DEI CANALI  
Consumi commercializzabili – Quote di mercato %



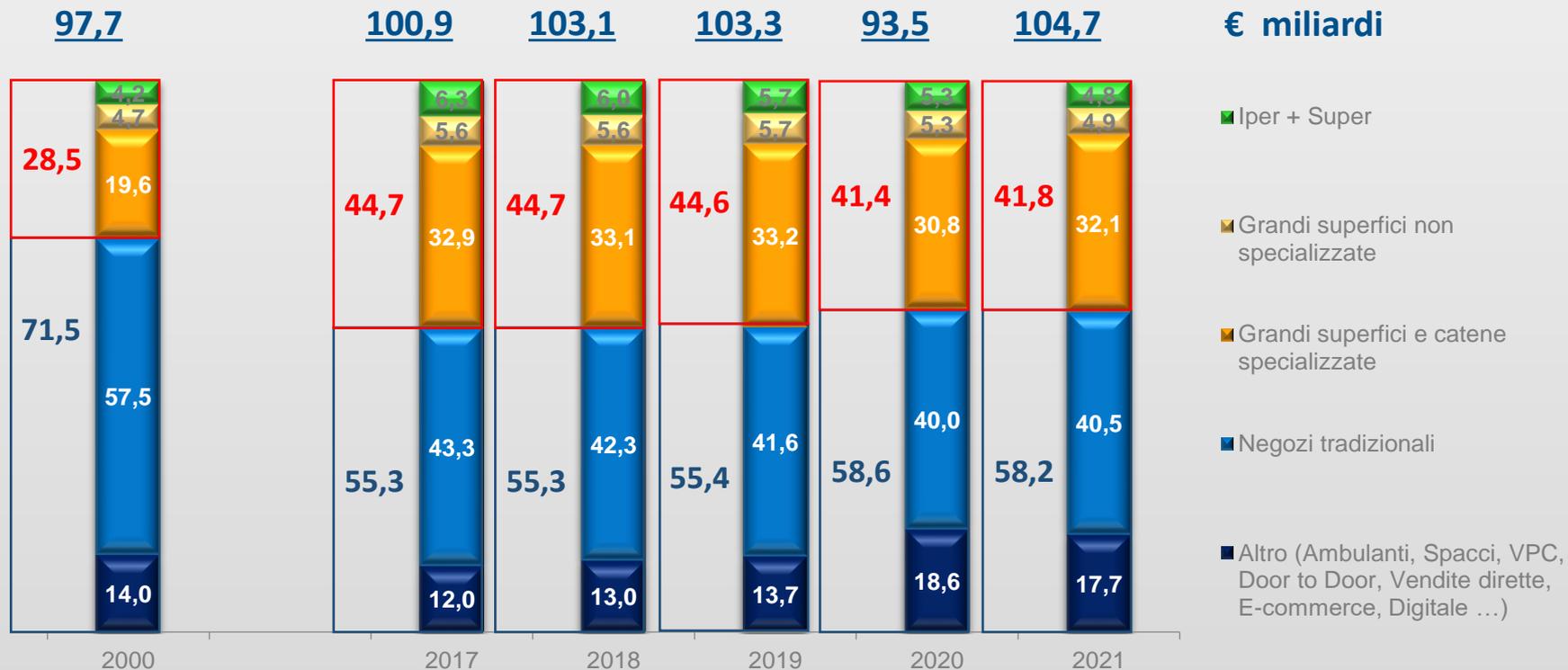
## MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE PESI DEI CANALI  
Alimentari (Fresco + Confezionato) – Quote di mercato %



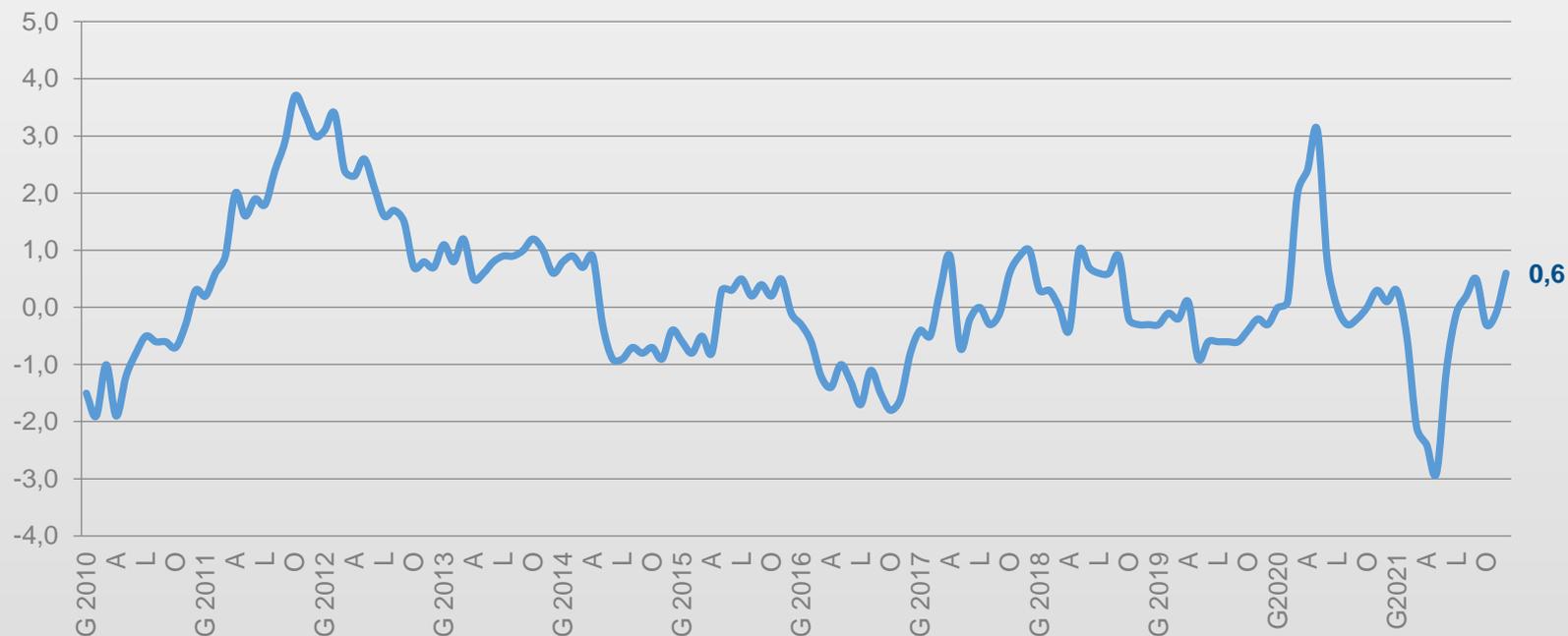
## MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

### EVOLUZIONE PESI DEI CANALI Non Alimentari – Quote di mercato %



## SETTORE ALIMENTARE

**L'INFLAZIONE NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA (LCC)**  
**Variazione % vs. mese corrispondente dell'anno precedente – Totale Iper+Super**

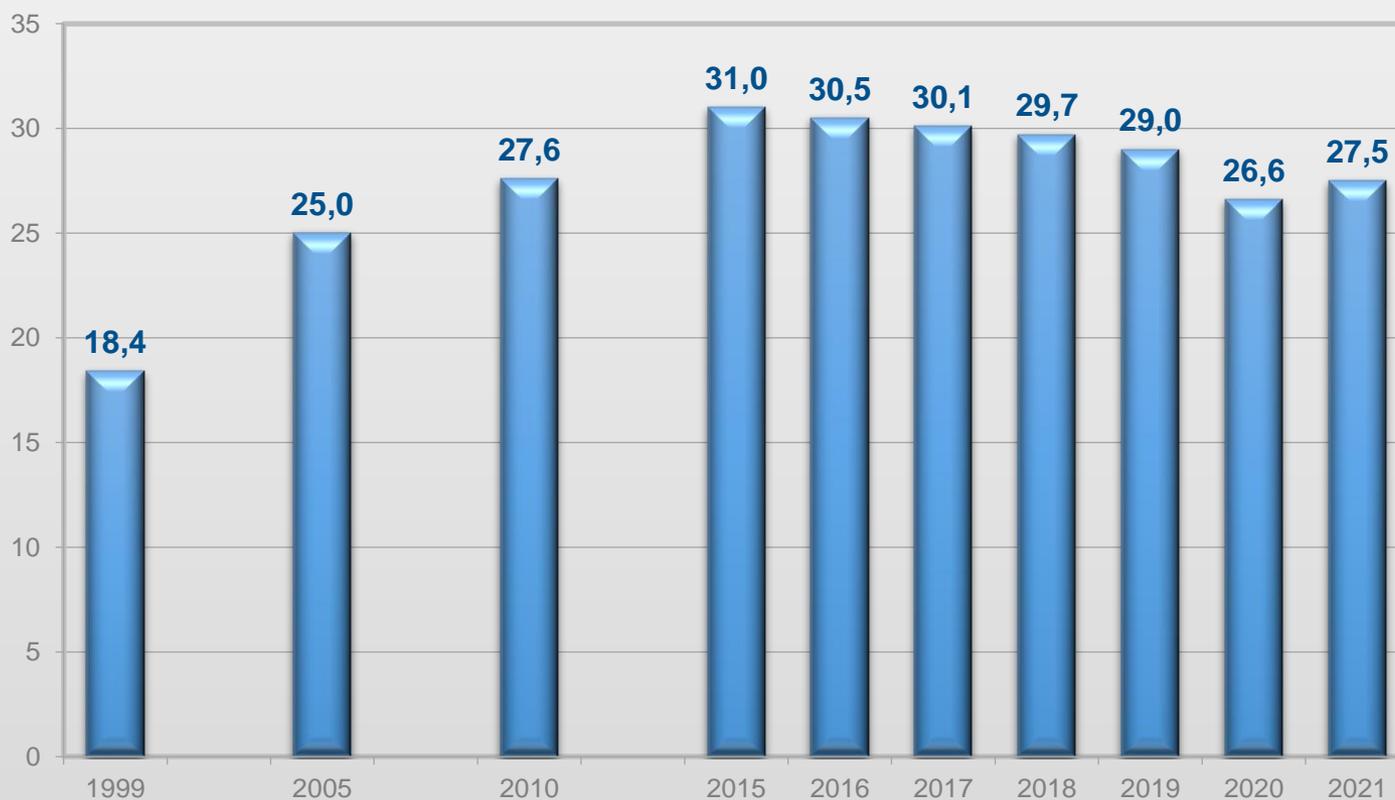


DATO MEDIO											
Gen-Dic 2010	Gen-Dic 2011	Gen-Dic 2012	Gen-Dic 2013	Gen-Dic 2014	Gen-Dic 2015	Gen-Dic 2016	Gen-Dic 2017	Gen-Dic 2018	Gen-Dic 2019	Gen-Dic 2020	Gen-Dic 2021
-0,9%	2,0%	2,0%	0,9%	-0,2%	0,0%	-1,2%	0,1%	0,3%	-0,4%	+0,7%	-0,7%

## SETTORE ALIMENTARE

### LE PROMOZIONI

Pressione promozionale – Incidenza percentuale Totale grocery



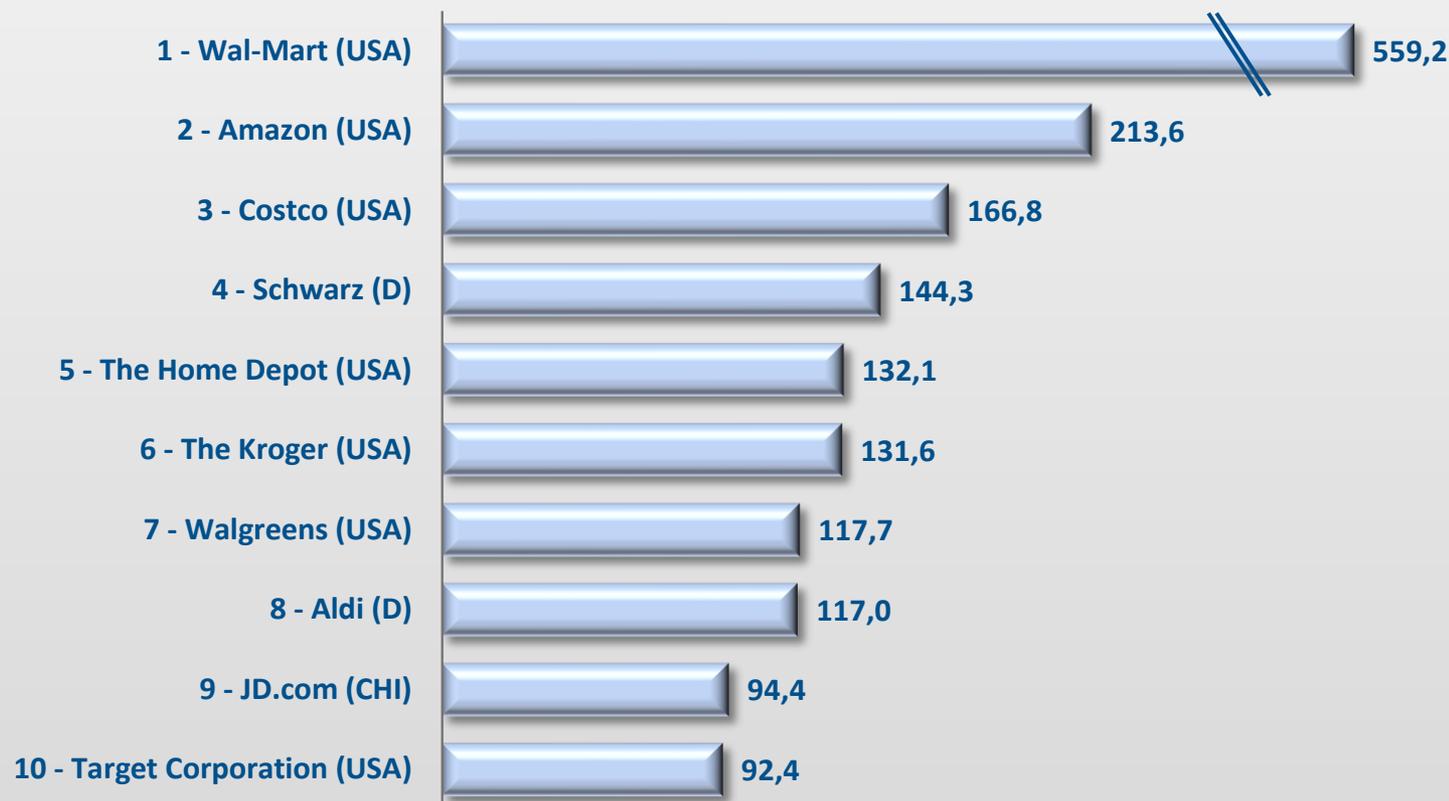
## SETTORE ALIMENTARE

**SUPER: UNA FORMULA PIÙ PRESENTE AL NORD**  
 Superficie di vendita (mq) per 1.000 abitanti



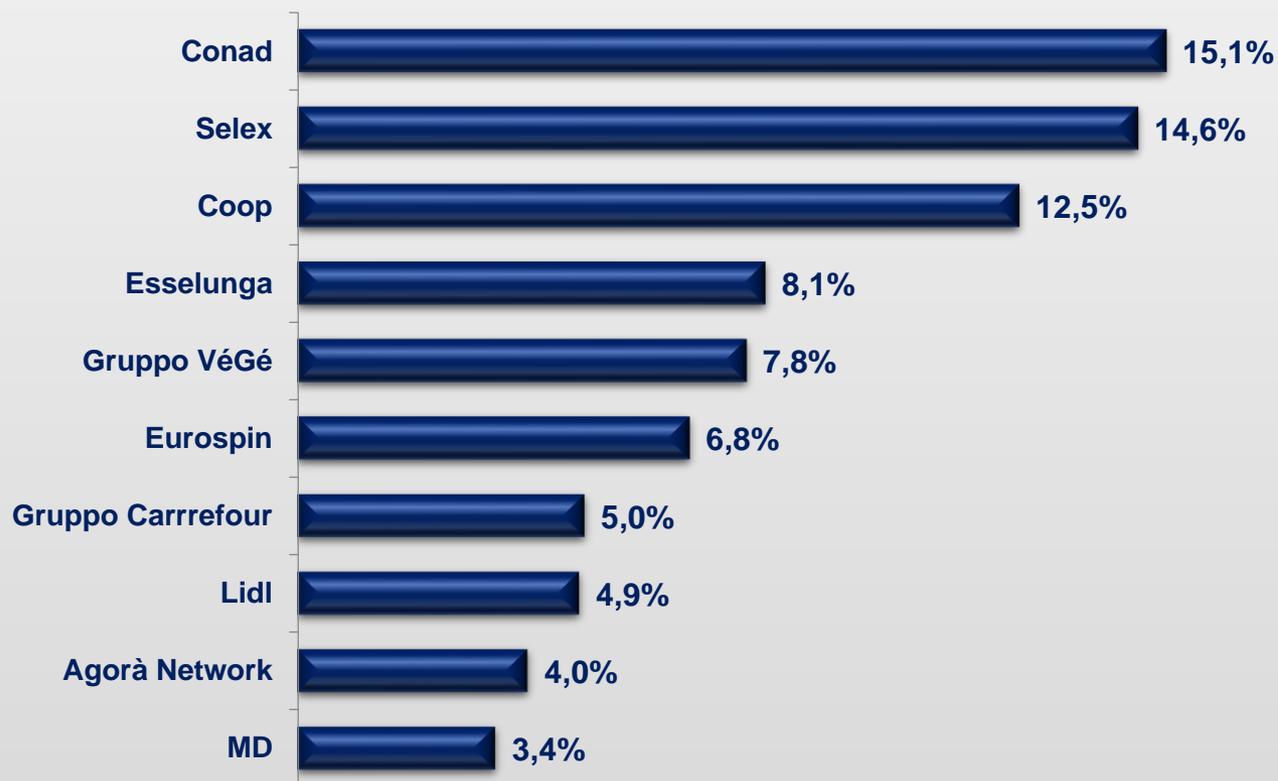
## SETTORE ALIMENTARE

### GRANDI DISTRIBUTORI INTERNAZIONALI Fatturato FY2020 (miliardi \$)\*\*



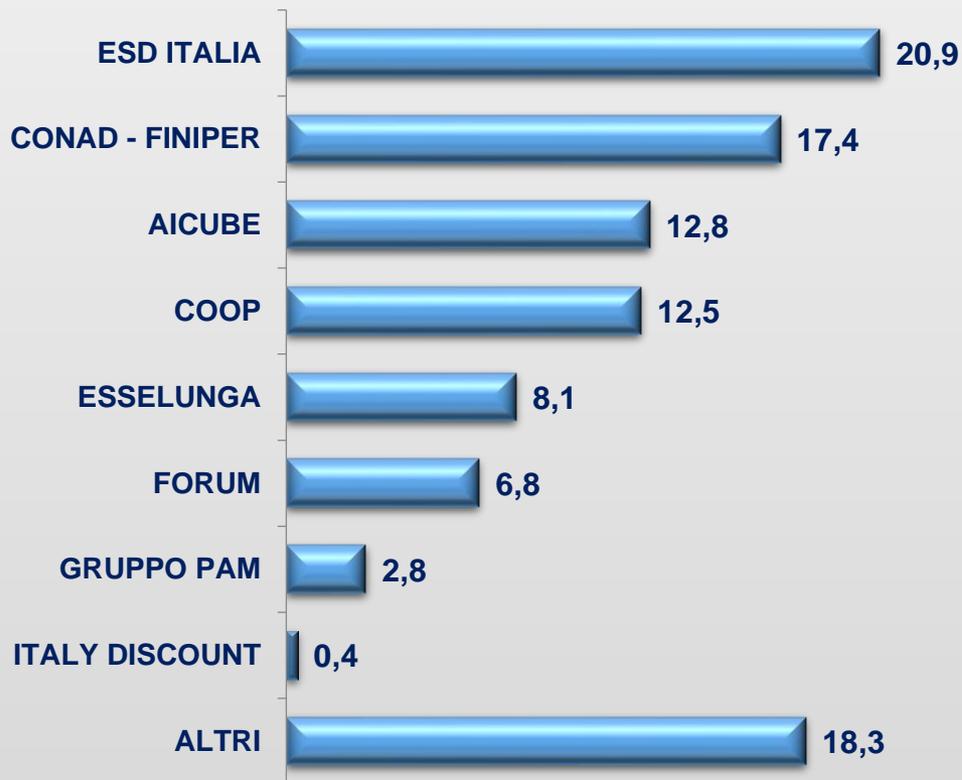
## SETTORE ALIMENTARE

ITALIA - GRUPPI DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE  
Quote di mercato 2021: i primi 10 Gruppi (% su GDO totale fatturato)



## SETTORE ALIMENTARE

LA RISPOSTA ALLE CONTENUTE DIMENSIONI DI IMPRESA:  
LE CENTRALI D'ACQUISTO  
Quote su totale fatturato 2021



*Gruppi di riferimento*

Selex – Agorà – Aspiag

Conad – Finiper

VéGé – Carrefour

Coop

Esselunga

Despar Servizi – Crai – C3 – D.IT  
Coralis – Leader Price

Gruppo PAM

Italy Discount

Eurospin – Lidl – MD – Rewe – Altri

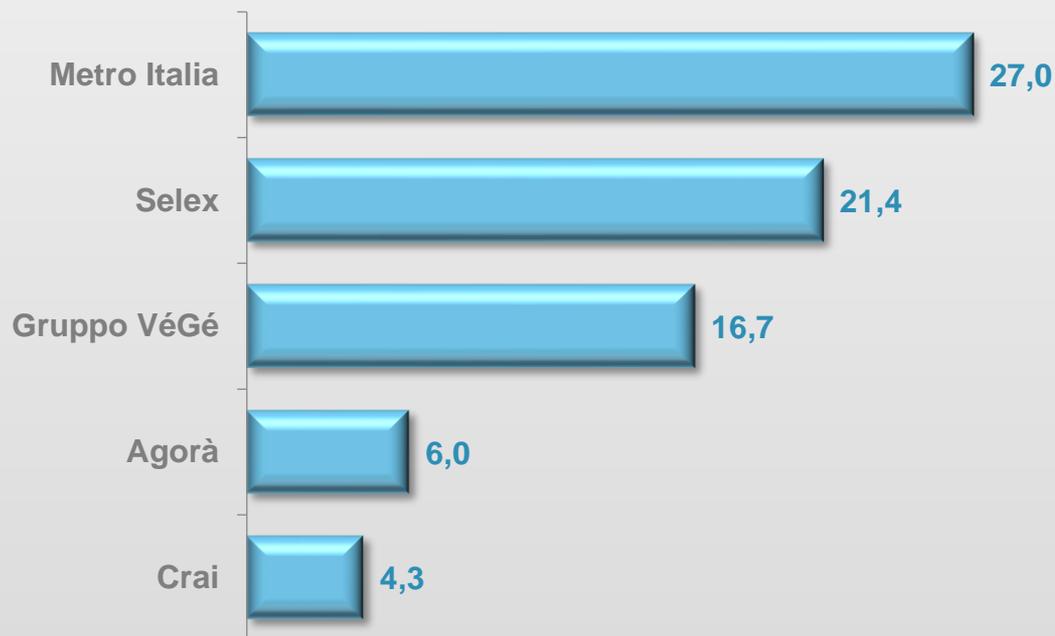
## SETTORE ALIMENTARE

### IL CANALE CASH & CARRY IN ITALIA

	2021
<b>Numero punti di vendita</b>	379
<b>Superficie Tot. (1.000 mq)</b>	1.479,9
<b>Superficie media (mq)</b>	3.905
<b>Numero imprese</b>	70
<b>Fatturato LCC (Mld euro)</b>	4,3

## SETTORE ALIMENTARE

### IL CANALE CASH & CARRY IN ITALIA PRIMI 5 DISTRIBUTORI IN ITALIA Quote di mercato (% LCC) – 2021

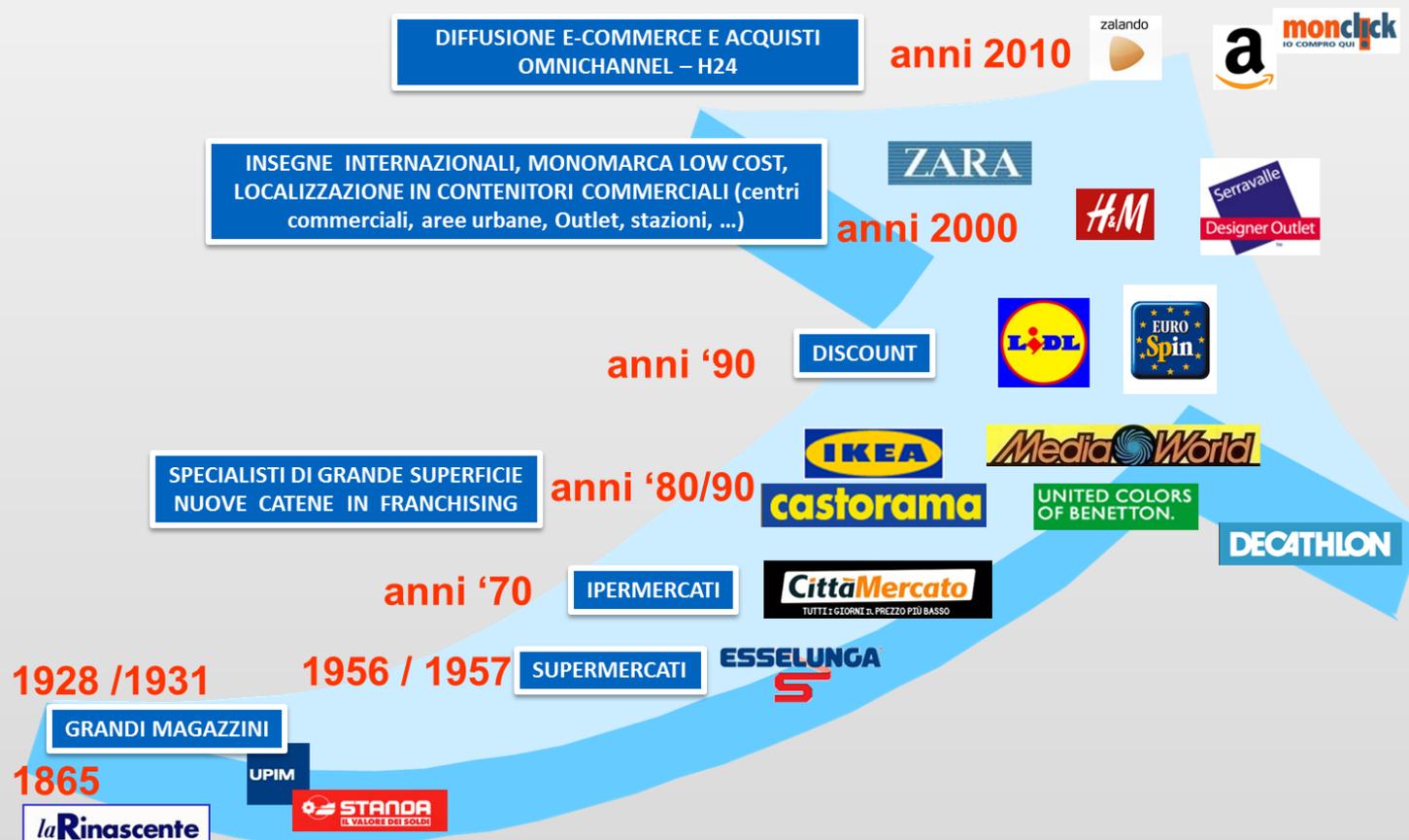


### Punti vendita

50 (+1)
91 (+2)
57 (+1)
24 (+1)
19 (+2)

## SETTORE NON ALIMENTARE

### LO SVILUPPO DEI COMPETITORS



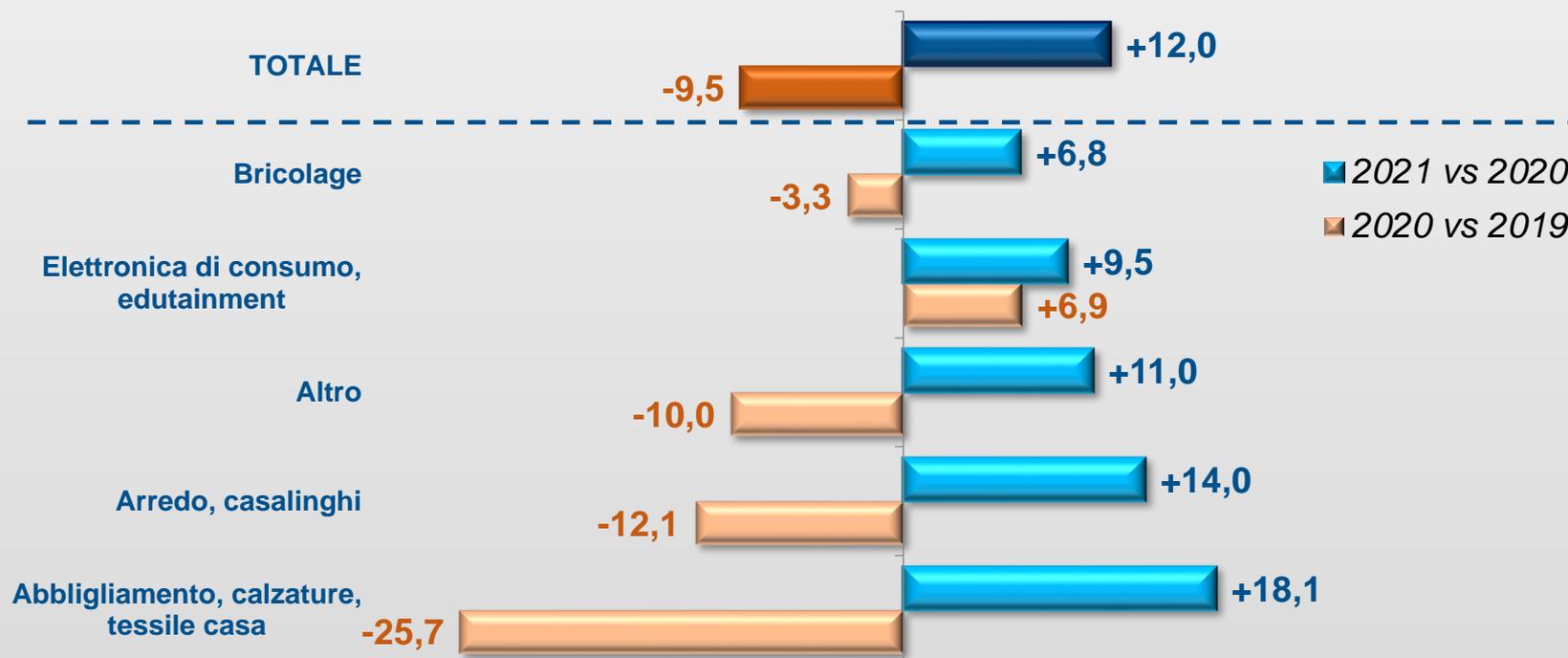
## SETTORE NON ALIMENTARE

### EVOLUZIONE DEI COMPARTI NON FOOD Composizione in valori (in percentuale)



## SETTORE NON ALIMENTARE

EVOLUZIONE DEI COMPARTI NON FOOD  
ABBIGLIAMENTO, CALZATURE E TESSILE CASA  
2021 vs 2020 e 2020 vs 2019 – Variazioni percentuali a valore



## SETTORE NON ALIMENTARE

TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)  
2020 vs 2019 e 2021 vs 2020 – Variazioni percentuali a valore



	Casalinghi - Cancelleria - Libri giornali - Giardinaggio - Giocattoli - Sport - Fai da Te - Gioielleria - Bigiotteria	Elettrodomestici - Telefonia - Foto - Ottica Elettronica - Arredamento	Abbigliamento - Tessile Casa – Calzature - Pelletteria	TOTALE
<b>2020</b>	57%	25%	18%	100,0%
<b>2021</b>	57%	24%	19%	100,0%

**PESO DEI  
COMPARTI**

## SETTORE NON ALIMENTARE

TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)  
2020 vs 2019 e 2021 vs 2020 – Variazioni percentuali a valore



## SETTORE NON ALIMENTARE

TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)  
2020 vs 2019 e 2021 vs 2020 – Variazioni percentuali a valore

