
**DISTRIBUZIONE MODERNA
ORGANIZZATA:**

La dinamica del mercato

Aprile 2018

INDICE

Scenario economico generale	Pag. 3
Il trend della Distribuzione Moderna Organizzata: sintesi	Pag. 13
Le vendite	Pag. 15
I prezzi	Pag. 19
Le promozioni	Pag. 26
Le marche del distributore	Pag. 27
Mercati Non Food	Pag. 28
Appendice Dettagli del trend per comparto, area e categoria merceologica, merceologie non food	Pag. 35

SCENARIO ECONOMICO GENERALE

INDICATORI CONGIUNTURALI

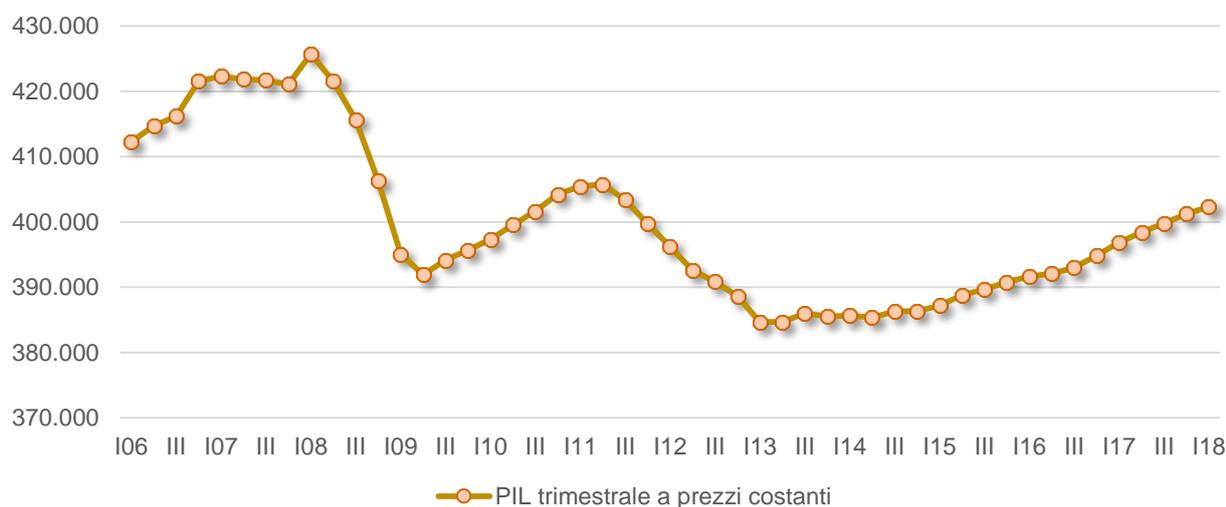
La diffusione da parte dell'Istat dei dati sui conti economici trimestrali conferma un assestamento della crescita dell'economia italiana su tassi di incremento più contenuti rispetto a quelli registrati nel primo semestre del 2017, lasciando ventilare il rischio che il Paese freni a riconcorsa appena iniziata. Corretto per gli effetti di calendario e destagionalizzato, nei **primi tre mesi dell'anno il PIL** è infatti aumentato congiunturalmente dello 0,3% e tendenzialmente dell'1,4%.

Il dato congiunturale – che batte leggermente le previsioni della Banca d'Italia e degli analisti, i quali temevano per questo primo quarto di anno un tasso di crescita inferiore – è la sintesi di un aumento del valore aggiunto dei settori dell'agricoltura, silvicoltura e pesca e dei servizi, mentre quello dell'industria ha segnato una variazione pressoché nulla. Dal lato della domanda, vi è un contributo positivo della componente nazionale (al lordo delle scorte) e un apporto negativo della componente estera netta, derivante da un calo delle esportazioni ben più marcato di quello delle importazioni.

La lieve decelerazione emersa nel periodo più recente determina un contenuto ridimensionamento del tasso di crescita tendenziale che rallenta dall'1,6% precedente.

In ogni caso, con il risultato del primo trimestre, la durata dell'attuale fase di espansione dell'economia italiana si estende a 15 trimestri; il livello del PIL risulta ancora inferiore dello 0,8% rispetto al precedente picco del secondo trimestre del 2011 ma superiore del 4,6% rispetto al primo trimestre 2013, all'inizio della fase di recupero ininterrotta. Rispetto al picco del primo trimestre 2008, l'economia italiana risulta ancora inferiore del 5,5%.

PIL TRIMESTRALE A VALORI CONCATENATI
Valori destagionalizzati a prezzi costanti in M€ – Anno di riferimento 2010



PIL	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018
Var. % reale su scorso anno	+1,3%	+1,6%	+1,7%	+1,6%	+1,4%

Fonte: Istat

I dati dell'Eurozona continuano ad essere migliori di quelli italiani ma il divario si riduce. La crescita congiunturale europea si dimezza dal +0,7% a +0,4%, rispecchiando il drastico rallentamento dell'economia francese e tedesca; per contro, la Spagna ha continuato invece a crescere ai (rapidi) ritmi degli ultimi trimestri, confermando un +0,7% congiunturale e sfiorando il +3% su base annua.

PIL	Var. tendenziale (1T18/1T17)	Var. congiunturale (1T18 /4T17)	Var. congiunturale 2017/2016
Italia	+1,4%	+0,3%	1,5%
EU (28 paesi)	+2,4%	+0,4%	2,4%
Area Euro (19 paesi)	+2,5%	+0,4%	2,4%
Germania	+2,3%	+0,3%	2,2%
Francia	+2,1%	+0,3%	2,2%
UK	+1,2%	+0,1%	1,8%
Spagna	+2,9%	+0,7%	3,1%
Usa	+2,8%	+0,6%	2,3%

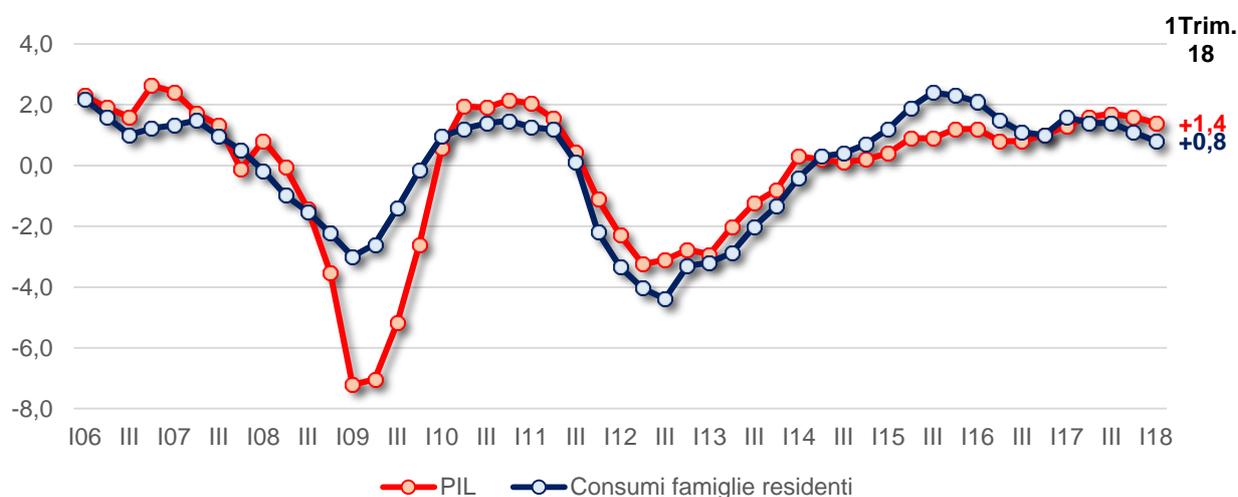
Fonte: Istat – Eurostat – Destatis – INSEE – ONS – INE – OCSE

In rallentamento la crescita dei **consumi delle famiglie residenti**, il cui tasso di incremento tendenziale – pari a +0,8% – scende sotto l'1% per la prima volta da gennaio 2015.

Consumi delle famiglie	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018
Var. % reale su scorso anno	+1,6%	+1,4%	+1,4%	+1,1%	+0,8%

Fonte: Istat

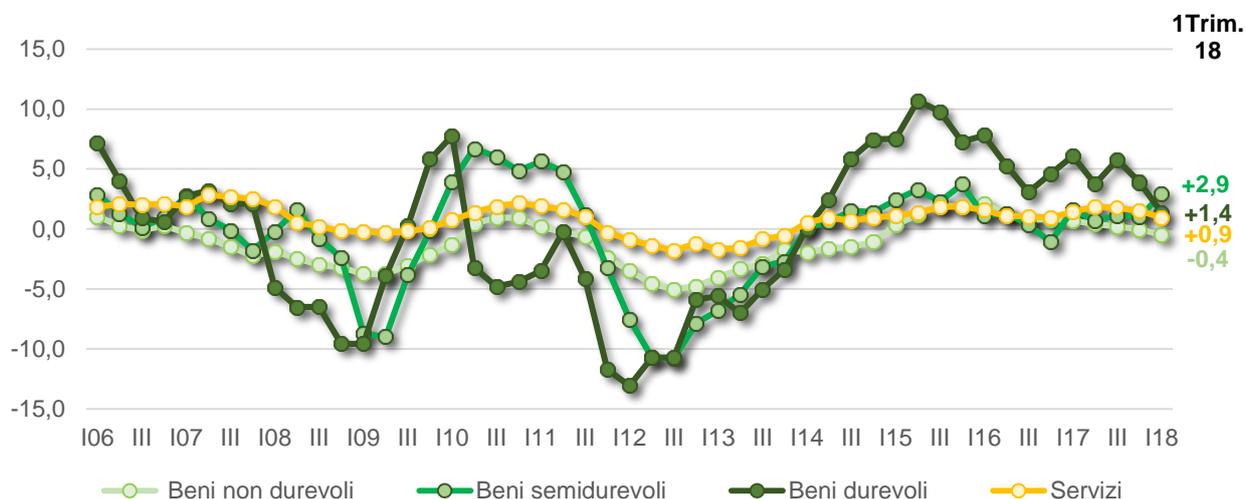
PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



Fonte: Istat

Tale decelerazione è da imputarsi *in primis* al contributo negativo dei beni non durevoli che registrano una flessione tendenziale del -0,4%; in calo inoltre i tassi di incremento dei servizi (+0,9%, era +1,6% nel IV trimestre del 2017) e dei beni durevoli (da +3,9% a +1,4%). In controtendenza i beni semidurevoli che registrano un incremento della crescita tendenziale (da +1,0% a +2,9%).

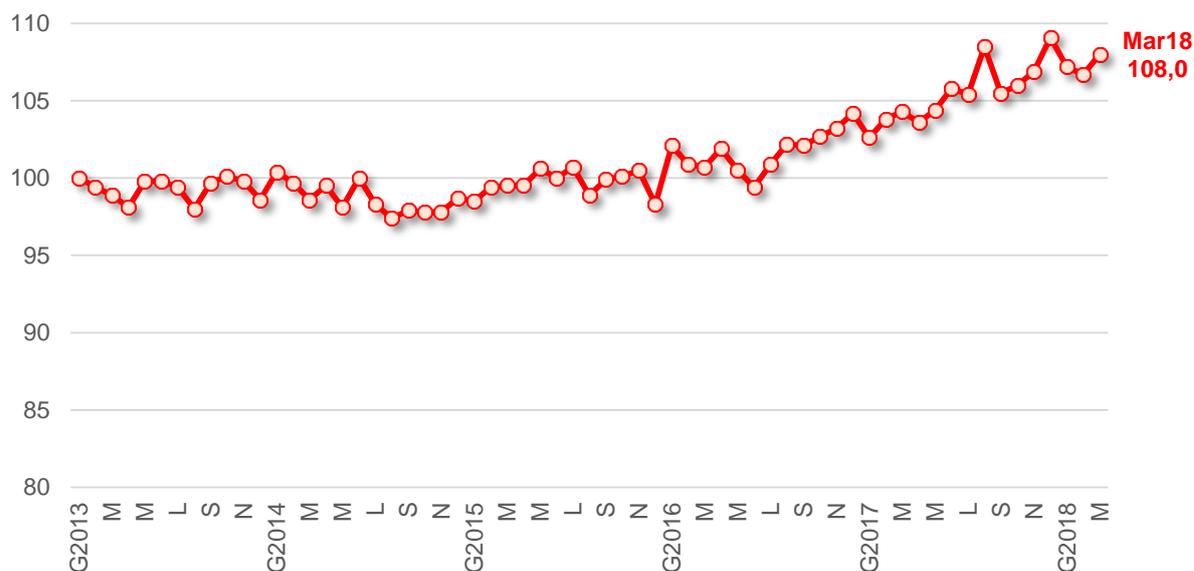
CONSUMI DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA DI BENI Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



Fonte: Istat

Dopo due mesi di flessione congiunturale, torna a crescere a **marzo** la **produzione industriale**: il dato destagionalizzato dell'indice generale è il più elevato dall'inizio dell'anno ma inferiore al picco di dicembre 2017.

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE Valori destagionalizzati – 2015=100



Fonte: Istat

A livello congiunturale, gli indici corretti per gli effetti di calendario registrano variazioni positive in tutti i raggruppamenti: a fronte di un incremento generale del **3,6%**, cresce in misura rilevante l'energia (+8,6%), ma aumenti apprezzabili registrano anche i beni strumentali (+3,4%), i beni di consumo (+3,3%) e, in misura più lieve, i beni intermedi (+1,8%).

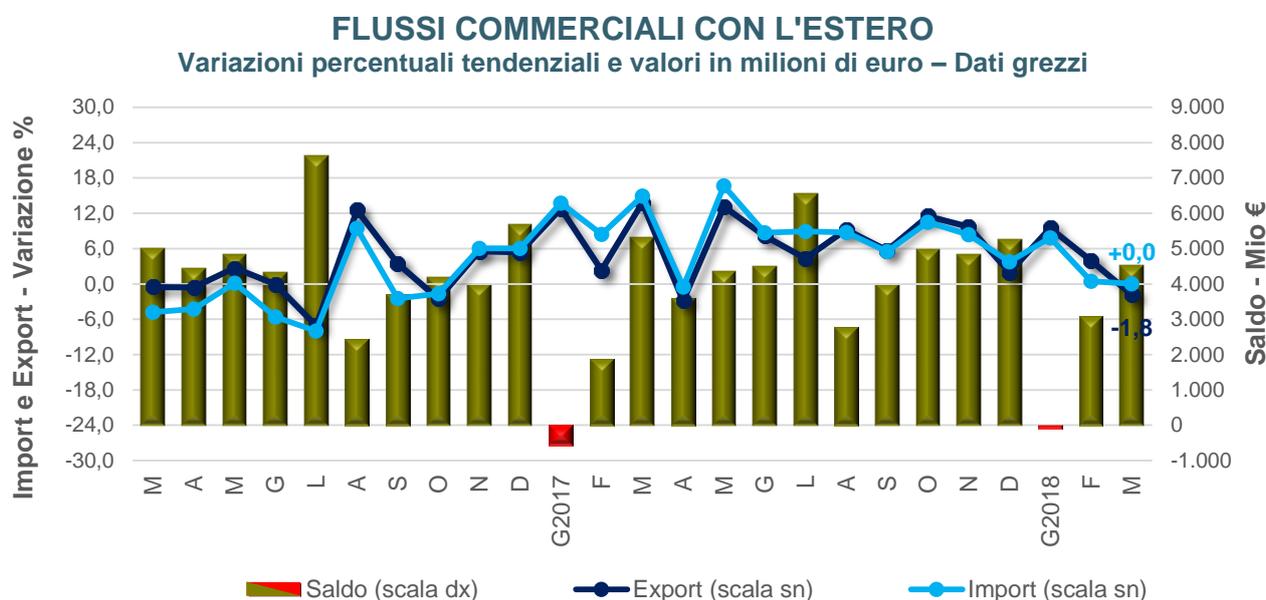
Il **primo trimestre 2018** si chiude con una variazione media congiunturale nulla ma positiva in termini tendenziali (+3,4%), con i beni di consumo non durevoli (+5,3%) e quelli strumentali (+4,7%) che registrano la più ampia crescita sull'anno.

Indice produzione industriale (corretto effetti calendario)	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018
Var. % reale su scorso anno	+2,1%	+3,8%	+4,7%	+3,9%	+3,4%

Fonte: Istat



Complice anche il decremento tendenziale registrato a marzo (-1,8%), nel **primo trimestre** dell'anno la dinamica su base annua dell'**export** risulta sì positiva ma in netto rallentamento (+3,3%). Complessivamente, l'export verso i paesi dell'Unione europea mostra una maggiore tenuta rispetto alle vendite verso l'area extra-Ue.



Fonte: Istat

Il calo tendenziale dell'export nel (solo) mese di **marzo** coinvolge sia l'area extra Ue (-2,2%) sia i paesi Ue (-1,5%): le flessioni delle vendite che contribuiscono maggiormente alla decrescita generale riguardano i paesi OPEC (-11,5%), il Regno Unito (-9,2%) e il Belgio (-12,3%); in aumento al contrario le esportazioni verso Paesi Bassi (+8,3%) e Stati Uniti (+1,6%).

Complessivamente stabili rispetto a marzo 2017 le **importazioni**: tale dato generale è frutto di un incremento dell'import dall'Unione Europea del +0,4% e una flessione del -0,5% dei flussi dal resto del Mondo.

Il surplus commerciale (+4.531 milioni) è in netta diminuzione – di circa 775 milioni di euro – rispetto a marzo 2017; al netto dei prodotti energetici il saldo è pari a +7.893.

Esportazioni (Valori correnti)	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018
Var. % su scorso anno	+9,6%	+6,2%	+6,1%	+7,7%	+3,3%

Fonte: Istat



Fonte: Istat

Dopo un inizio mese caratterizzato da un **cambio euro-dollaro** altalenante, a partire dalla metà di **aprile** si è assistito ad un costante apprezzamento della moneta statunitense, effetto dei segnali positivi mostrati dall'economica americana – dalla fiducia delle imprese all'aumento della produzione industriale – e dalla conseguente ragionevole aspettativa di un rialzo dei tassi da parte della FED. La media registrata dal tasso di cambio ad **aprile**, in parte condizionata dalle oscillazioni della prima metà del mese, è stata pari a **1,228**, con un minimo registrato il 27 e pari a 1,207.

TASSO DI CAMBIO Euro/Dollaro Valori medi giornalieri



Fonte: Banca d'Italia



La contemporanea crescita di occupati e disoccupati, con conseguente calo degli inattivi, manda in archivio **aprile** come mese "stabile" rispetto al **tasso di disoccupazione**, che si attesta infatti all'11,2%: nell'ultimo anno l'indice si è fissato sui livelli della seconda metà del 2012, dopo l'impennata registrata a fine 2014.

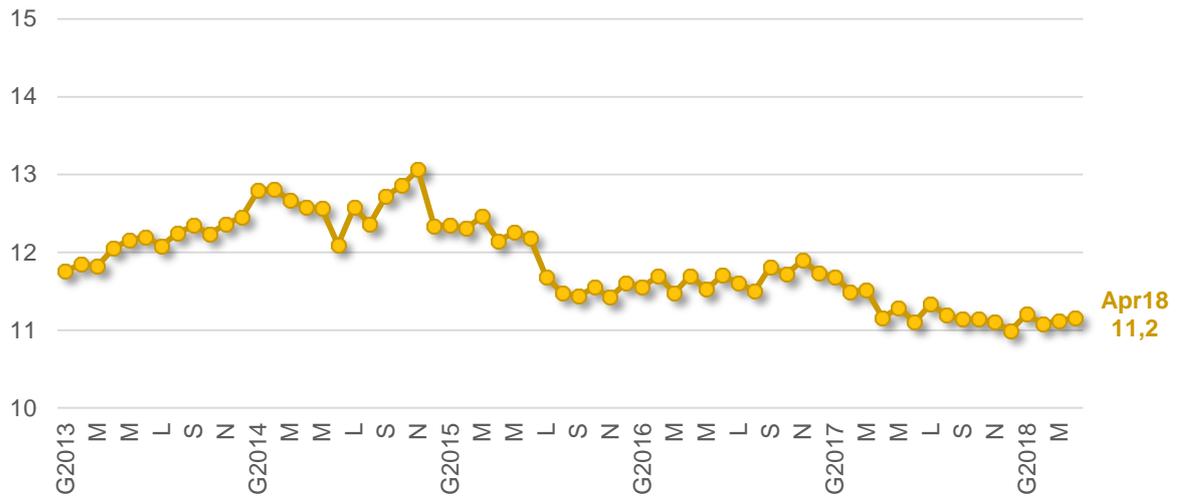
Analizzando separatamente i diversi fattori che – con il loro mix – hanno determinato la stabilità del dato di aprile, si rileva il record degli **occupati** con 23 milioni e 200 mila persone al lavoro, massimo dal 1977, data di inizio delle serie storiche. Dopo 10 anni si è quindi tornati ai livelli pre-crisi ma con un mercato del lavoro trasformato: è aumentata la quota delle donne occupate, i lavoratori sono più anziani e si contano più contratti a tempo determinato.

D'altro canto, a **aprile** si è riscontrato anche un contemporaneo incremento dei **disoccupati**, che si attestano a 2 milioni 912 mila, (+17 mila rispetto a marzo). La crescita della disoccupazione si concentra tra gli uomini, distribuendosi in tutte le classi di età ad eccezione dei 35-49enni.

In sensibile calo infine gli **inattivi** (-74 mila nel mese, -318 mila su base annua). Il calo riguarda donne e uomini ed è diffuso su tutte le età.

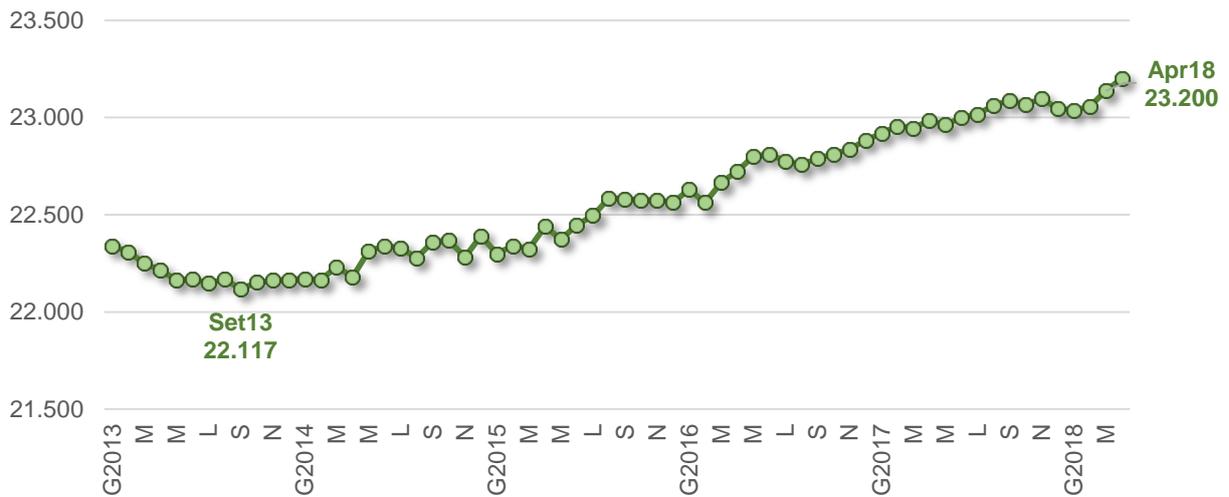
Da rilevare, a margine, l'incremento al 33,1% della **disoccupazione giovanile** (+0,6 punti percentuali rispetto a marzo).

TASSO DI DISOCCUPAZIONE Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – Migliaia



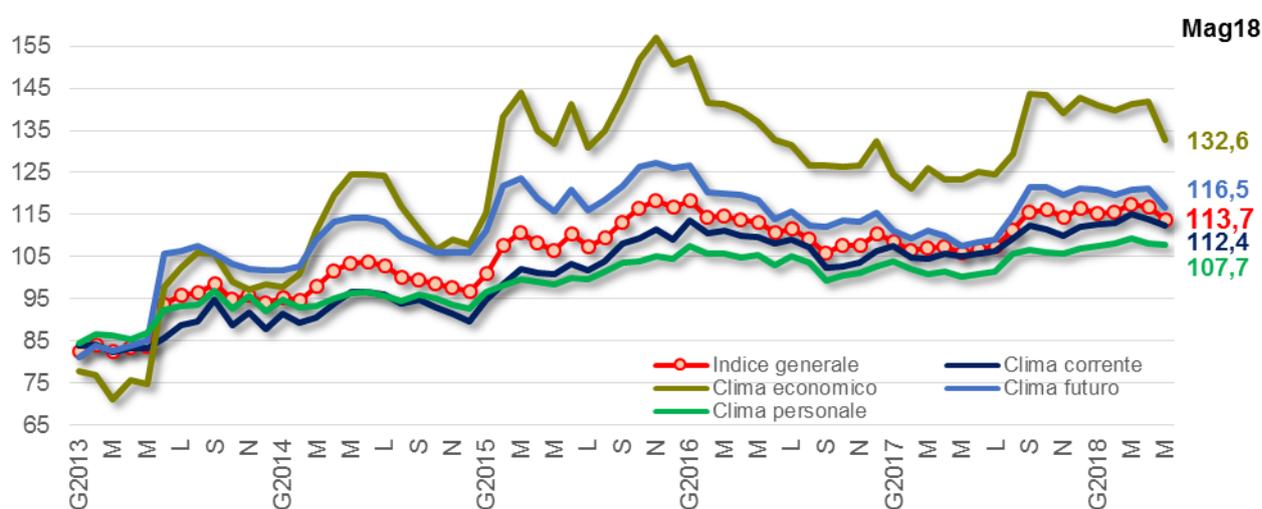
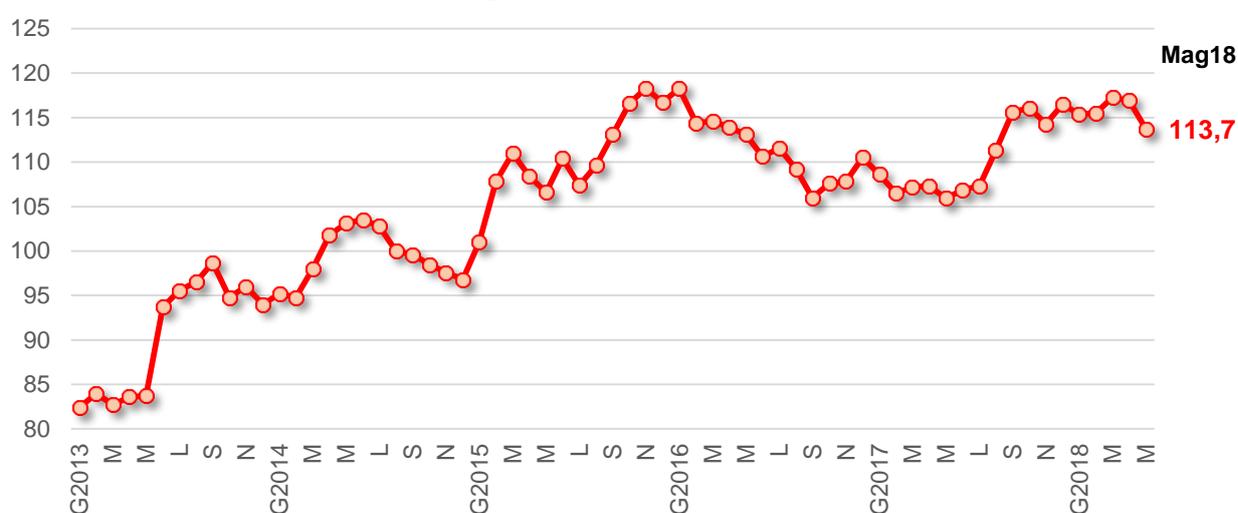
Fonte: Istat



A **maggio** la **fiducia dei consumatori** interrompe la sostanziale tenuta registrata nei primi 4 mesi del 2018 e scende a quota 113,7 da 116,9, dato rivisto del mese precedente. L'incertezza politica porta infatti l'indice ai minimi dal settembre scorso (ad agosto era pari a 111,3).

L'evoluzione negativa dell'indicatore generale riflette dinamiche sfavorevoli di tutte le componenti ma con differenti intensità. Il clima personale – connesso alle prospettive per il portafoglio familiare – e quello corrente mostrano un peggioramento di lieve entità: passano rispettivamente da 108,0 a 107,7 e da 114,0 a 112,4. Ben più marcato al contrario il deterioramento del clima economico, che deriva da giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia, disoccupazione inclusa, e di quello futuro: il primo diminuisce da 141,8 a 132,6 mentre il secondo passa da 121,1 a 116,5.

CLIMA DI FIDUCIA DELLE FAMIGLIE Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



Fonte: Istat

L'istituto di statistica stima a **maggio** una flessione – seppur di leggera entità – anche per l'indice composito del **clima di fiducia delle imprese**.

In leggera ripresa dopo il marcato calo dello scorso mese l'indicatore relativo al **commercio al dettaglio** (da 97,6 a 99,8). Nonostante il peggioramento dei giudizi sulle vendite attuali, il progresso positivo delle aspettative sulle vendite future e il decumulo delle scorte di magazzino hanno infatti spinto verso l'alto l'indice.

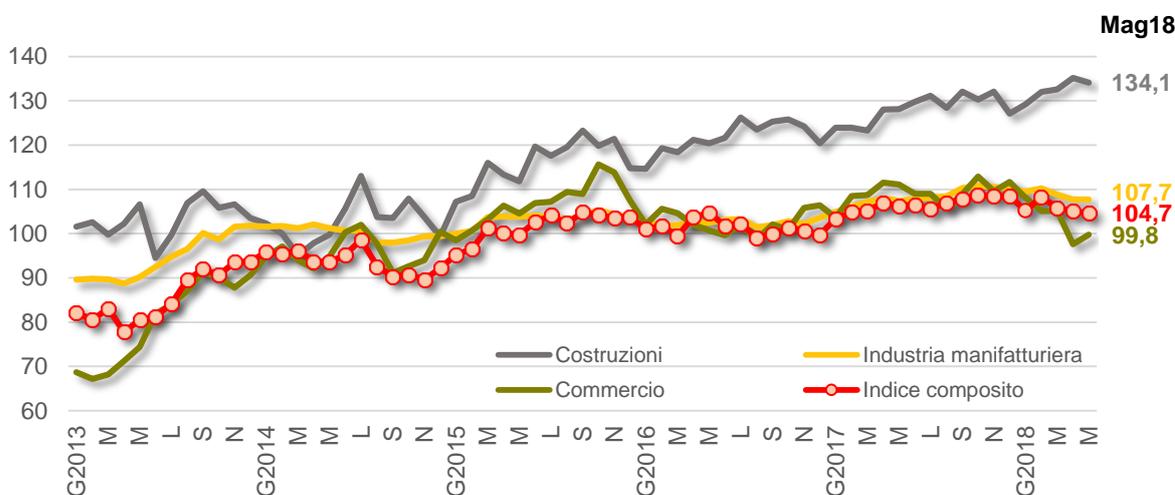
Stante le stime dell'Istat, in leggera flessione risulta essere al contrario l'indice del **settore delle costruzioni** (da 135,2 a 134,1) e quello dei **servizi** (da 106,4 a 106,0) mentre stabile (a quota 107,7) il clima nella **manifattura**.

Nelle **costruzioni** si stima un diffuso miglioramento dei giudizi sugli ordini che si combina tuttavia a stime in calo per le aspettative sull'occupazione.

Per quanto riguarda i **servizi**, l'evoluzione negativa dell'indice di fiducia riflette un peggioramento sia dei giudizi sia delle attese sugli ordini; i giudizi sull'andamento degli affari sono invece in miglioramento.

Nel comparto **manifatturiero**, infine, migliorano i giudizi sugli ordini mentre le attese sulla produzione sono in calo; il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino aumenta leggermente

CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



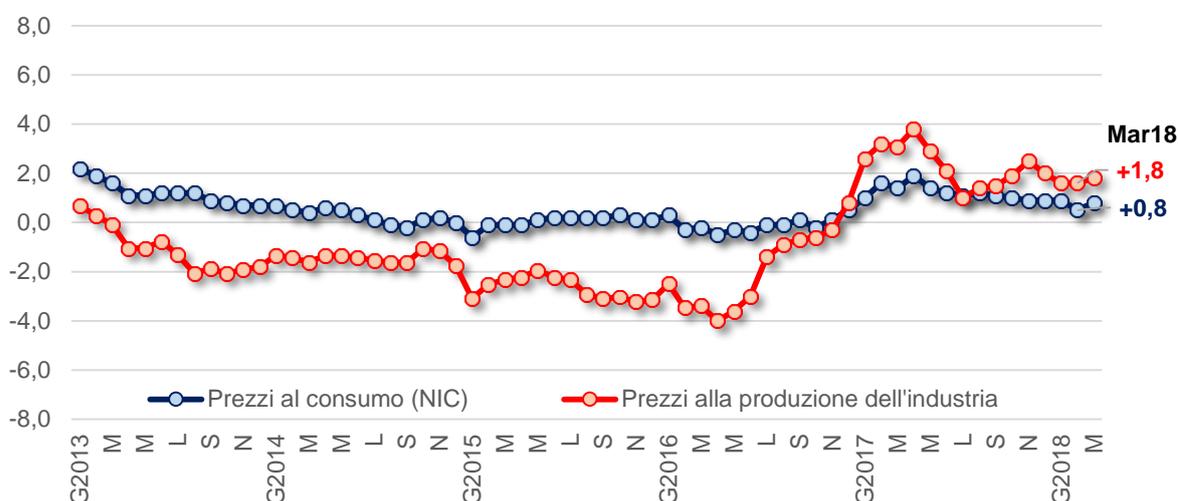
Fonte: Istat

Dopo il calo registrato a febbraio, a **marzo 2018** l'inflazione ha ripreso vigore: secondo le stime dell'Istat l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi, è aumentato dello +0,3% su base mensile e dello **+0,8%** su base annua (era a +0,5% a febbraio).

La ripresa dell'inflazione è da imputarsi a diverse componenti. La più rilevante è data dall'inversione di tendenza fatta registrare dai prezzi dei beni alimentari (da -0,7% a +1,3%), trainata dal rialzo degli alimentari lavorati (+2,5%, da +1,3% di febbraio) e favorita dall'ampia riduzione della flessione degli alimentari non lavorati (-0,4% da -3,2%). A contribuire all'accelerazione anche i prezzi dei tabacchi (+2,2% da +0,3%) e dei servizi relativi ai trasporti (+2,5% da +1,9%). Rallentano di contro i prezzi dei beni energetici (+3,0% da +3,7%), soprattutto quelli non regolamentati (+1,1% da +2,1%)

L'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali del mese di **marzo 2018** aumenta dello 0,2% rispetto al mese precedente e del **+1,8%** su base annua.

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat



IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Come già rilevato nel rapporto scorso, lo sfasamento della Pasqua ha fortemente impattato l'analisi mensile delle **vendite della DMO**: se l'anticipo della festività ha comportato a marzo un aumento tendenziale del fatturato di Iper+Super pari al +7,5%, nel mese successivo le vendite a valore hanno per contro mostrato un decremento di quasi pari entità (-7,8%), con performance negative (più o meno spiccate) generalizzate a tutti i format e a tutte le aree geografiche.
- Anche il breakdown per area merceologica mostra solo variazioni mensili con segno meno, con decrementi rispettivamente pari a -10,0% per il LCC, -6,4% per il Non Food (in teoria non soggetto all'impatto dello sfasamento pasquale) e -5,5% per il Fresco.
- Considerando il **primo quadrimestre del 2018** nel suo complesso, il fatturato di Iper+Super risulta in leggera contrazione (-0,7%); tra i format, gli Iper+Super 400-4.499 crescono del +0,3% mentre gli Iper con superficie superiore ai 4.500 mq perdono il -3,7%. A livello di tipologia merceologica, il Largo Consumo Confezionato risulta stabile rispetto allo stesso periodo del 2017, mentre appaiono in calo sia il Fresco (-0,7%) che il Non food (-7,6%).
- L'analisi a **rete costante** propone sul mese un quadro non dissimile: negativi – pur se associati a variazioni di differente intensità – i risultati mensili di tutti i format; in merito a quest'ultimi, solo i discount mostrano un progressivo positivo (+1,1%).
- Così come a **marzo** tutti i 18 gruppi distributivi monitorati registravano una dinamica positiva, ad **aprile** hanno tutti mostrato performance negative; solo 5 di questi manifestano un progressivo positivo (peraltro inferiore allo 0,5% per 4 di questi).
- Il panorama non varia di molto allargando il campo d'analisi e passando quindi al **totale grocery**: a **aprile 2018** si riscontrano decrementi rilevanti sia a volume (-5,7%) che a valore (-5,5%), generalizzati a quasi tutti i canali con eccezione dei discount (+2,8% a fatturato, +0,5 in quantità) e degli specialisti drug (+9,6% a valore, +9,3% a volume).
- Facendo registrare un aumento tendenziale del +1,0%, l'indicatore dei **prezzi** del "**carrello della spesa**" conferma a **aprile** il rinnovato vigore già parzialmente rilevato il mese scorso.

La scomposizione del trend generale nei due elementi che lo compongono svela peraltro il principale imputato di tale incremento: avendo oramai quasi totalmente scontato l'effetto di rimbalzo sui forti incrementi registrati dalla verdura all'inizio dell'anno scorso, i prodotti a peso variabile riprendono a aprile la loro corsa verso l'alto (+3,2%), determinando così un aumento dell'indice composito.

Decisamente più mitigato, anzi quasi nullo (+0,2%) il rialzo registrato dalle referenze del LCC.

- A **aprile 2018**, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (Iper+Super) risulta inferiore di quasi 3 p.p. rispetto a quanto rilevato nello stesso periodo dell'anno prima: la percentuale di vendite in promozione è stata infatti pari al 30,2% versus 33,1% del corrispondente mese del 2017. Il calo è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 36,0% a 34,2%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 32,3% a 30,2%).

- Ad **aprile** la **Marca del Distributore** sfiora la soglia del 20%, attestandosi ad 19,9% di quota, a scapito delle Marche Leader (-1,7 p.p.) e delle Marche Follower (-0,5 p.p). In leggero incremento, al contrario le Altre Marche (+0,5 p.p.). Sul progressivo, trainata da un aumento delle vendite pari al +4%, la MDD incrementa la sua quota a 19,3%.
- Dalle più recenti indicazioni sui **Consumi Non Alimentari** emerge un quadro composito, con differenze anche rilevanti a seconda delle categorie merceologiche.
- Dopo aver chiuso il 2017 con un bilancio in chiaroscuro (positivo in termini di volumi, +1,1%, ma negativo a valore, -1,7%), il mercato degli **Elettrodomestici** registra nel **primo bimestre del 2018** performance decisamente sottotono, con dinamiche negative generalizzate a tutti i comparti.

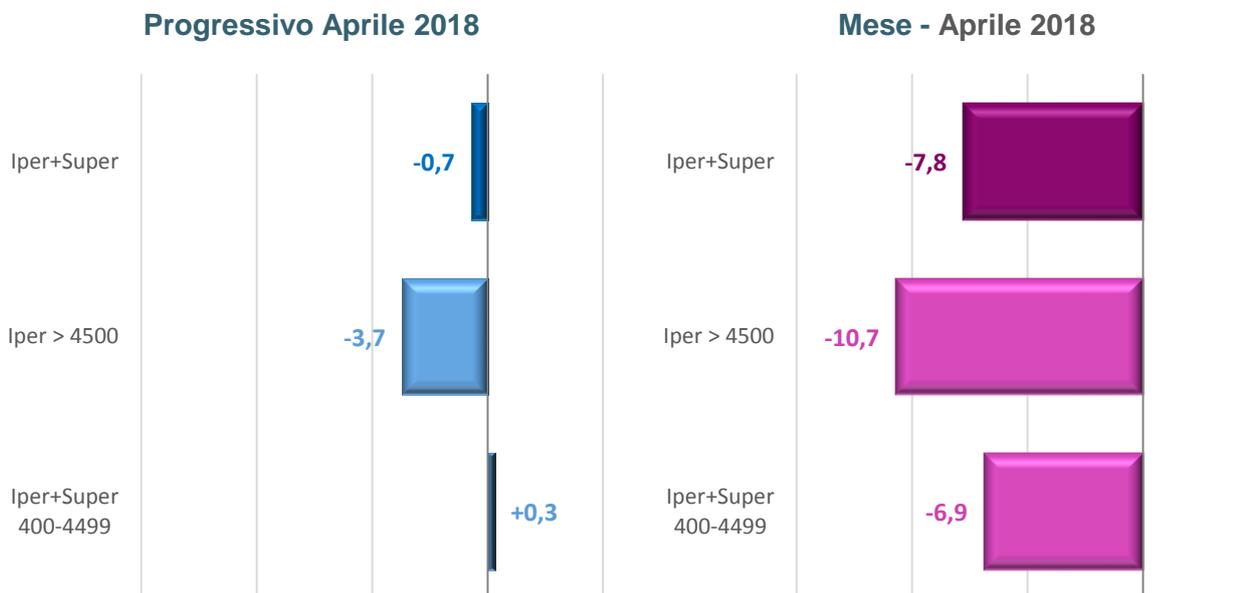
Archiviato un anno dai risultati particolarmente brillanti, il comparto più piccolo – quello degli impianti di condizionamento – registra una drastica contrazione delle vendite (-29,4% a volume), da considerarsi alla stregua di un “rimbalzo” sull’eccezionale incremento registrato nel primo bimestre del 2017 (+32,2%). Registra variazioni tendenziali negative a doppia cifra anche il settore degli elettrodomestici bruni, in calo tuttavia ormai da diversi bimestri. I piccoli elettrodomestici e gli elettrodomestici bianchi mostrano dinamiche meno marcate, per quanto anch’esse con segno meno.

- Per ciò che concerne il mercato dell’**Informazione**, il **primo bimestre del 2018** ripropone dinamiche non dissimili a quelle rilevate nell’ultimo bimestre dello scorso anno, negative per le quantità veicolate (-10,4%) e positive per i fatturati (+5,2%). L’unica lampante differenza è rappresentata dal comparto **foto** che registra un’eccellente performance in quantità (+26,1%); più contenuta – ma pur sempre positiva – la variazione tendenziale del relativo fatturato (+4,7%).
- Nel **4° trimestre 2017** il mercato del **Tessile – Abbigliamento** registra valori e volumi negativi in tutti i comparti considerati: complessivamente la flessione risulta pari a -2,1% in quantità e -2,0% a fatturato.
- Dopo aver mostrato dinamiche discontinue durante l’anno, il dato complessivo relativo al **2017** subisce l’impatto delle flessioni registrate nell’ultimo trimestre: il mercato chiude così con un decremento sia a valori (-1,0%) che a volumi (-0,7%).
- Sebbene l’indice generale delle **vendite al dettaglio** subisca a **marzo** gli effetti del già rilevato sfasamento della Pasqua (tale da far registrare un incremento generale del +2,9%), **il valore del comparto non alimentare** si riduce del -0,8% (-0,9% a progressivo) sintomo che *“l’atteggiamento delle famiglie nei confronti dei consumi rimane quindi molto prudente, rimandando gli acquisti non indispensabili”* sostiene Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.



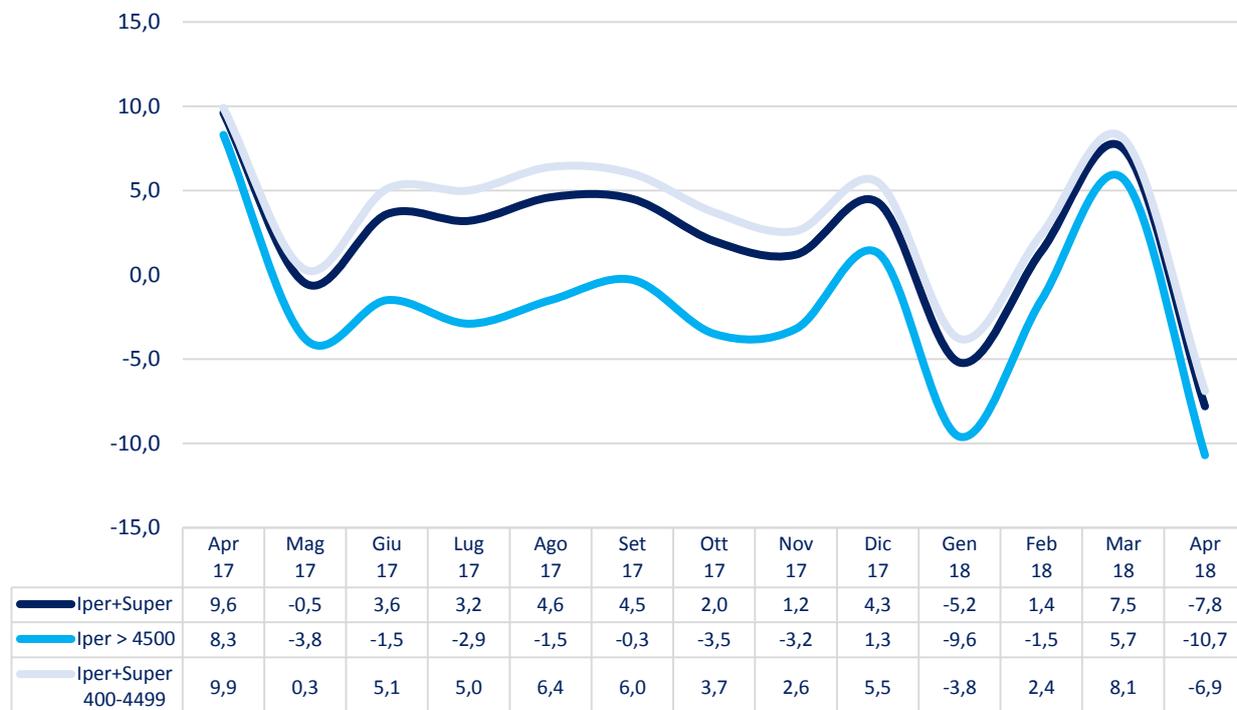
LE VENDITE

I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

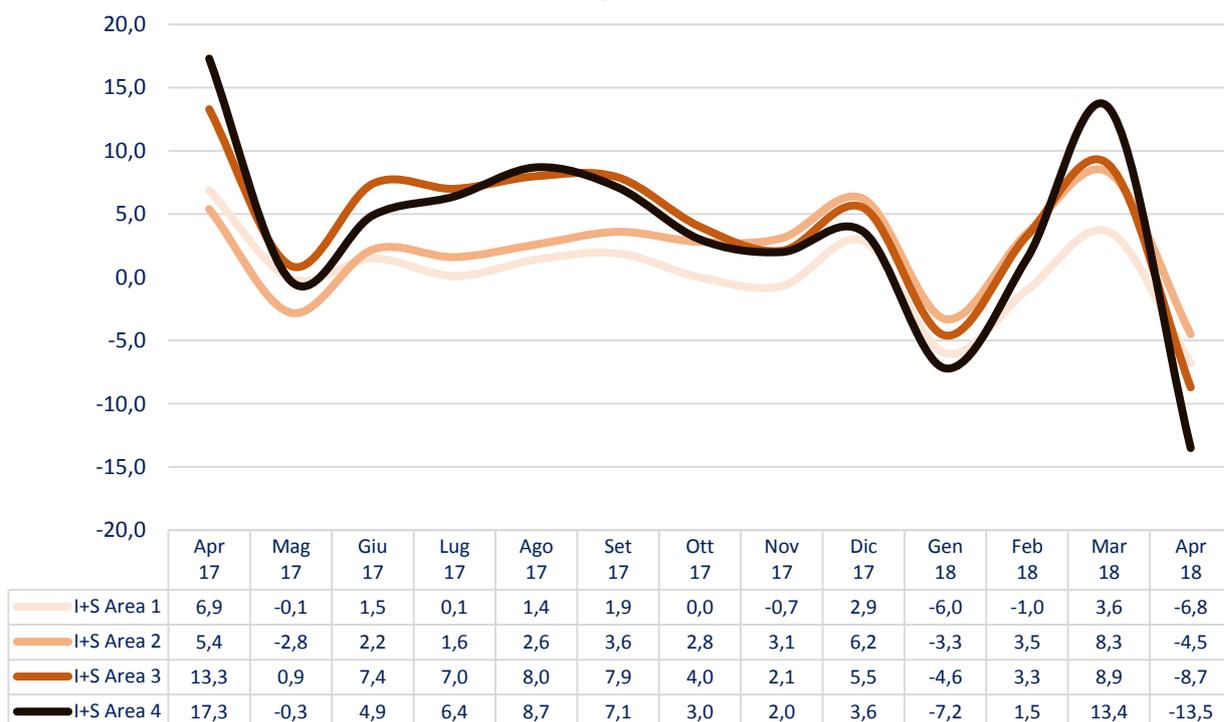
I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

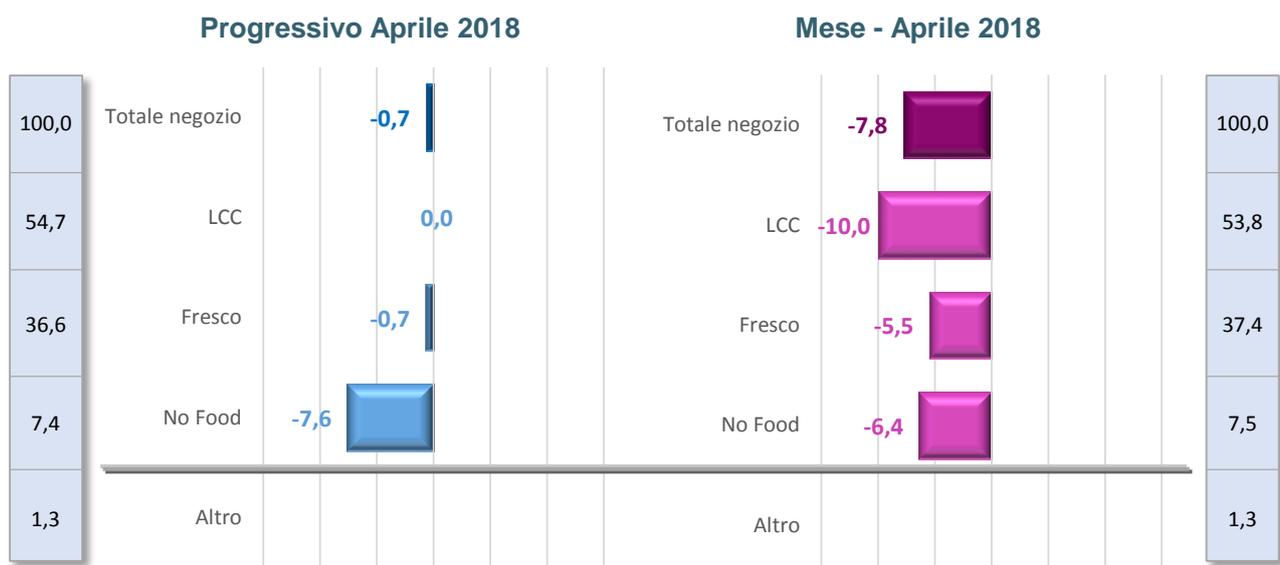
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozi Iper + Super

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

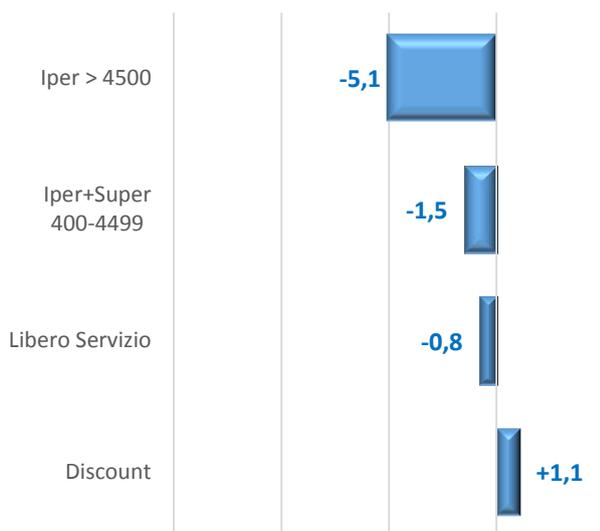


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozi Iper + Super

TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante

Progressivo Aprile 2018



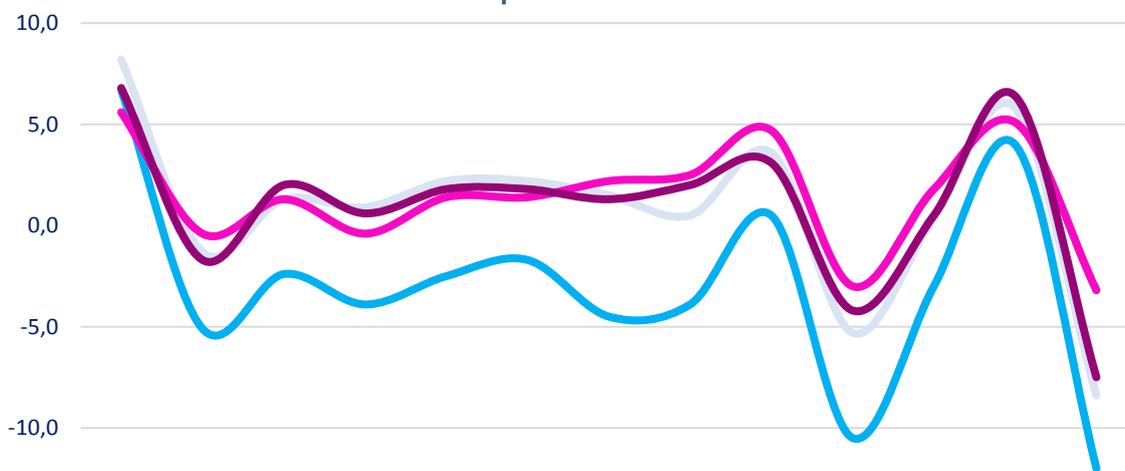
Mese - Aprile 2018



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante

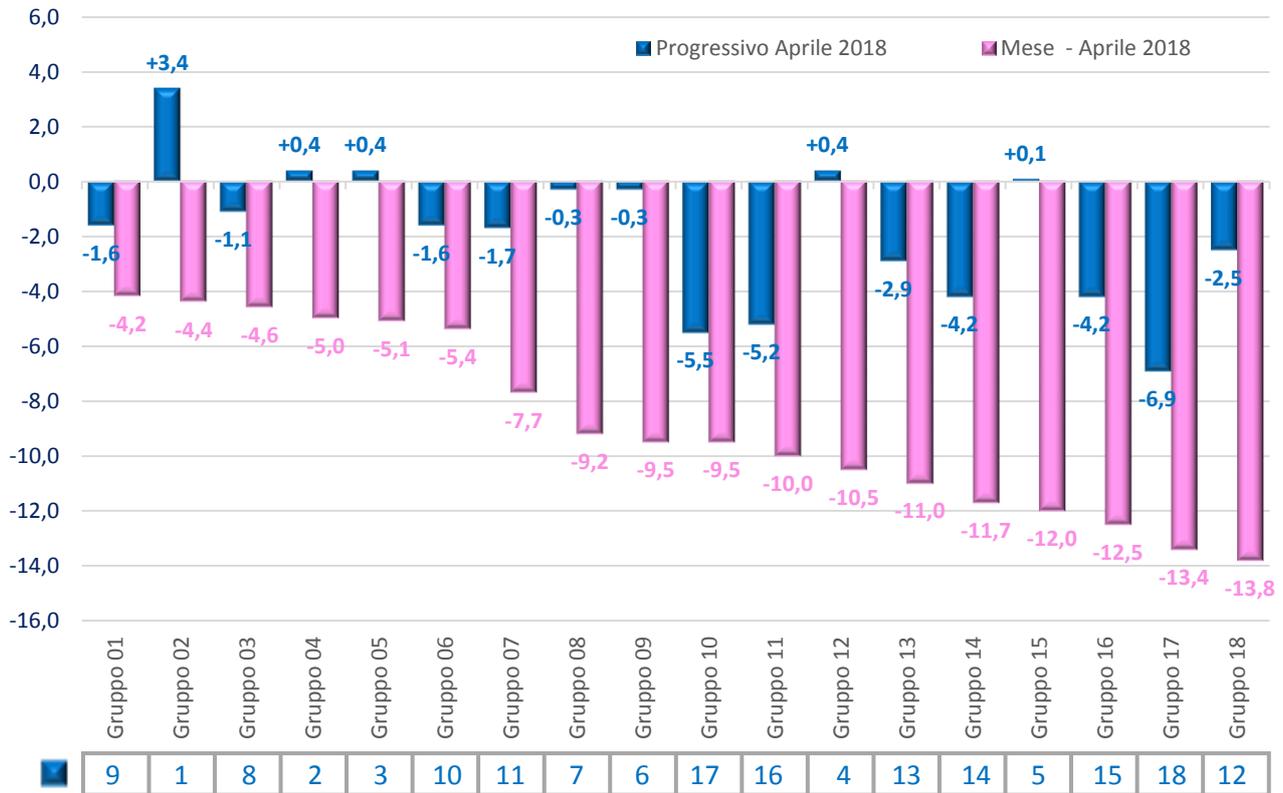


	Apr 17	Mag 17	Giu 17	Lug 17	Ago 17	Set 17	Ott 17	Nov 17	Dic 17	Gen 18	Feb 18	Mar 18	Apr 18
Iper > 4500	6,7	-5,1	-2,4	-3,9	-2,5	-1,7	-4,5	-3,9	0,5	-10,5	-3,0	4,0	-12,0
Iper+Super 400-4499	8,2	-1,3	1,3	0,9	2,2	2,2	1,5	0,5	3,6	-5,3	0,4	5,8	-8,4
Discount	5,6	-0,4	1,3	-0,4	1,4	1,4	2,2	2,5	4,7	-3,0	1,8	5,1	-3,2
Libero Servizio	6,8	-1,7	2,0	0,6	1,8	1,8	1,3	2,0	3,1	-4,2	0,5	6,4	-7,5

Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO PER GRUPPO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000 – Super + Iper + Libero Servizio

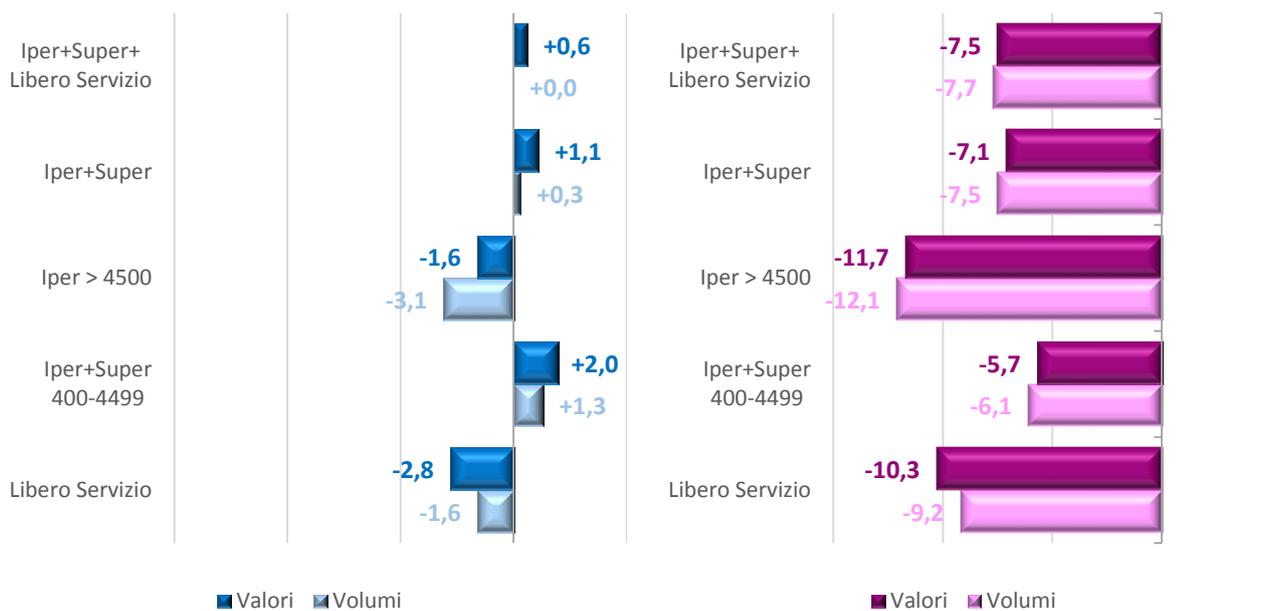
Posizione a progressivo

I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

Variazioni % a rete corrente – Valori e Volumi* vs anno precedente

Progressivo Aprile 2018

Mese - Aprile 2018



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

*Trend Vendite a prezzi costanti

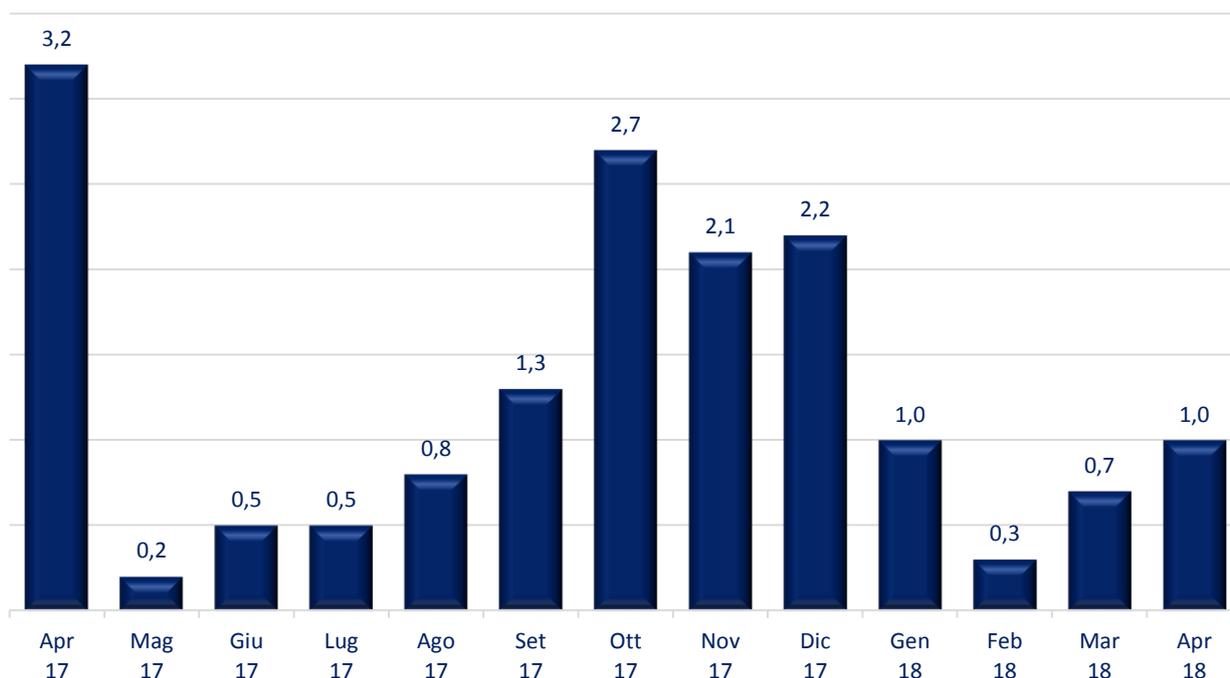
I PREZZI

Facendo registrare un aumento tendenziale del **+1,0%**, l'indicatore dei prezzi del "**carrello della spesa**" (calcolato considerando prodotti di Largo Consumo Confezionato e referenze a peso variabile), conferma a **aprile** il rinnovato vigore già parzialmente rilevato il mese scorso.

La scomposizione del trend generale nei due elementi che lo compongono svela peraltro il principale imputato di tale incremento: avendo oramai quasi totalmente scontato l'effetto di rimbalzo sui forti incrementi registrati dalla verdura all'inizio dell'anno scorso, i prodotti a peso variabile riprendono a aprile la loro corsa verso l'alto (+3,2%), determinando così un incremento dell'indice composito. A parte la già citata verdura a peso variabile, il cui carrello della spesa mostra un'evoluzione tendenziale ancora negativa (-4,0%), in salita gli indici associati a tutti gli altri comparti a PV, dalla carne (+5,3%), i salumi (+4,7%), la frutta (+4,2%), i formaggi (+3,7%) e il pesce (+3,5%).

Decisamente più mitigato, anzi quasi nullo (+0,2%) l'aumento registrato dalle referenze del LCC: i decrementi registrati dall'ortofrutta (-1,7%), dai prodotti per la cura della casa (-1,5%) e della persona (-1,4%) e della drogheria alimentare (-0,6%), opportunamente ponderati per il loro peso a valore, bilanciano quasi perfettamente gli incrementi del freddo (+2,7%), del fresco (+1,0%), delle bevande (+1,0%) e del petfood/petcare (+0,4%).

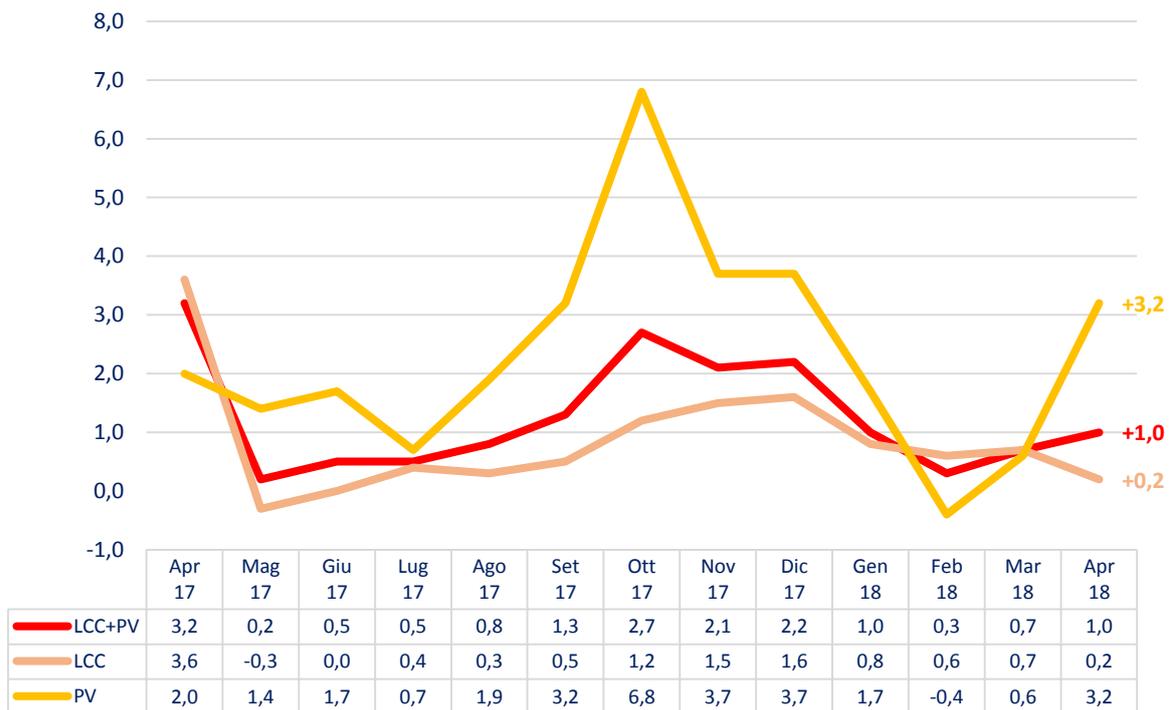
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscant

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

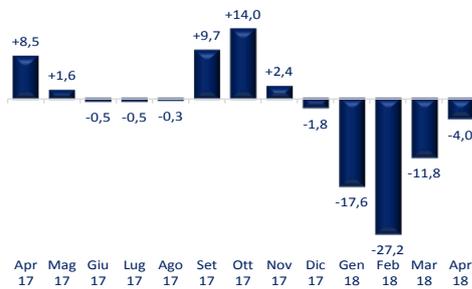
Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati

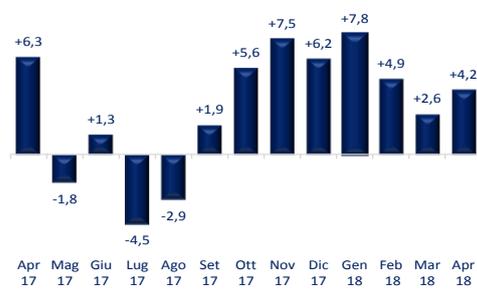
ORTOFRUTTA PV



VERDURA PV



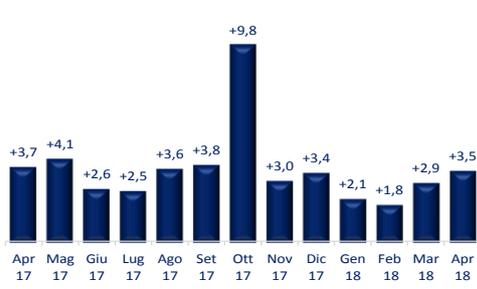
FRUTTA PV



CARNE PV



PESCE PV



SALUMI PV



FORMAGGI PV

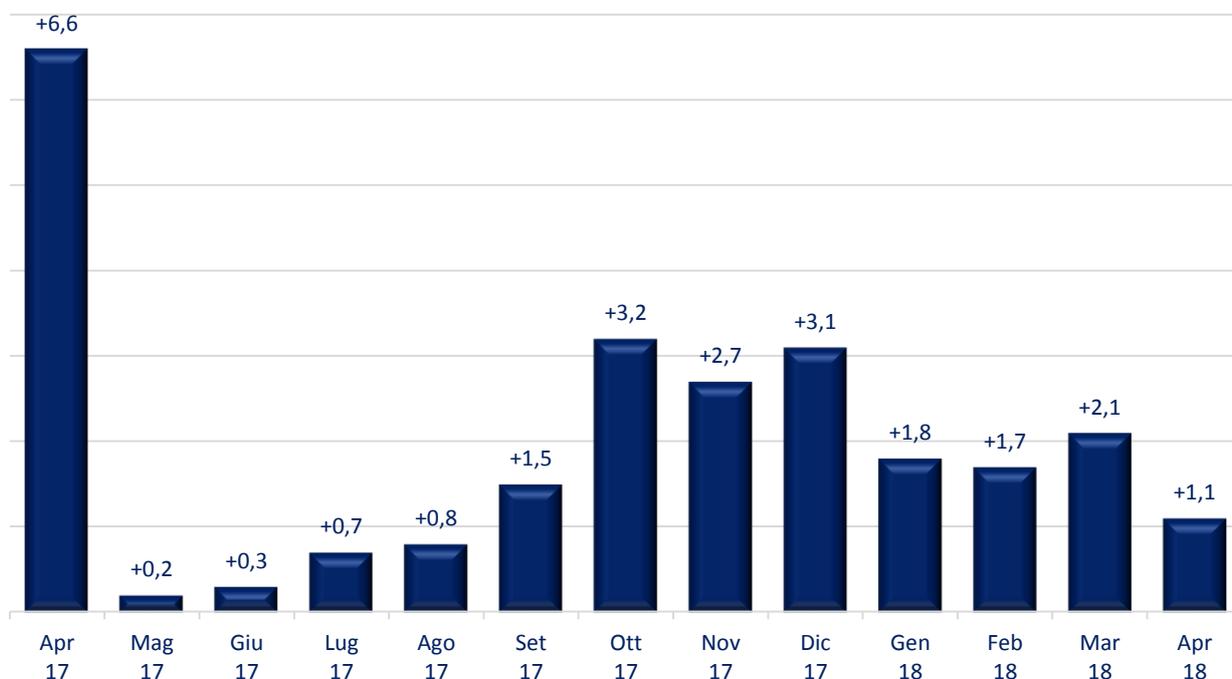


Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

A livello di formula distributiva, a **aprile 2018** gli **ipermercati** registrano una decelerazione della spinta inflazionistica che ne ha caratterizzato la dinamica nei mesi scorsi e si riallineano così all'andamento di totale mercato, sia per ciò che concerne il carrello della spesa, considerato nel suo complesso, che nelle sue scomposizioni tra LCC e referenze a PV.

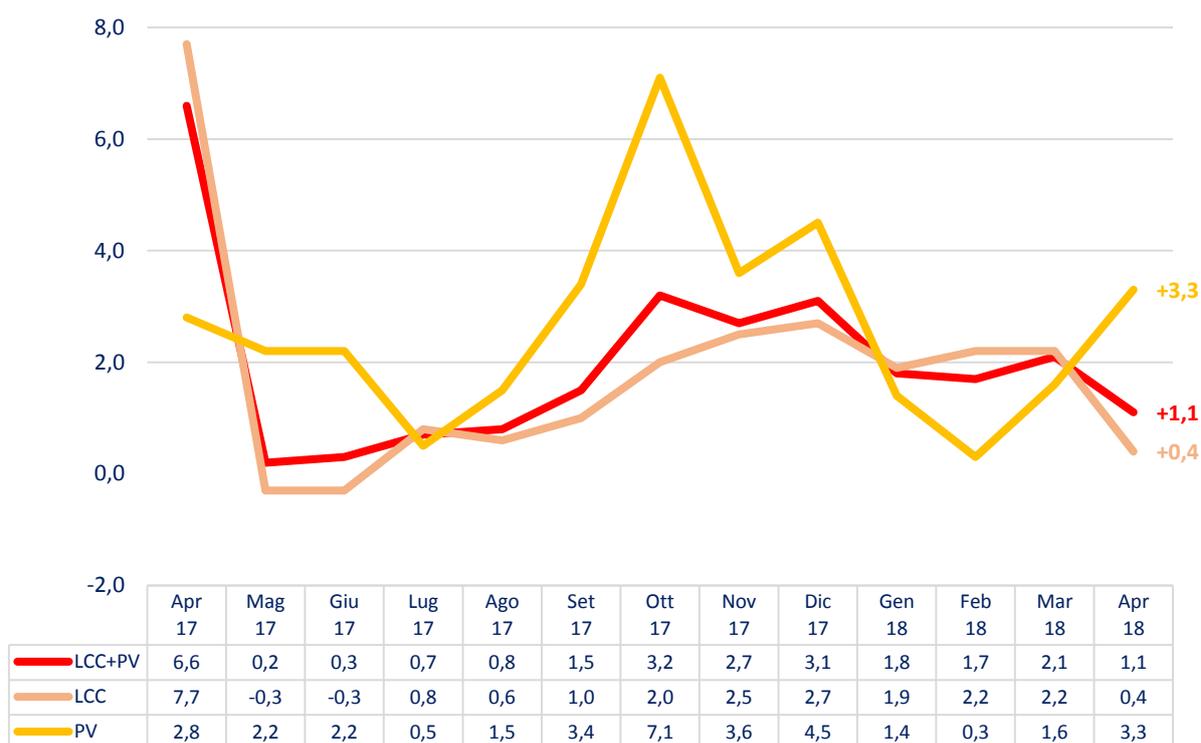
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati



Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati

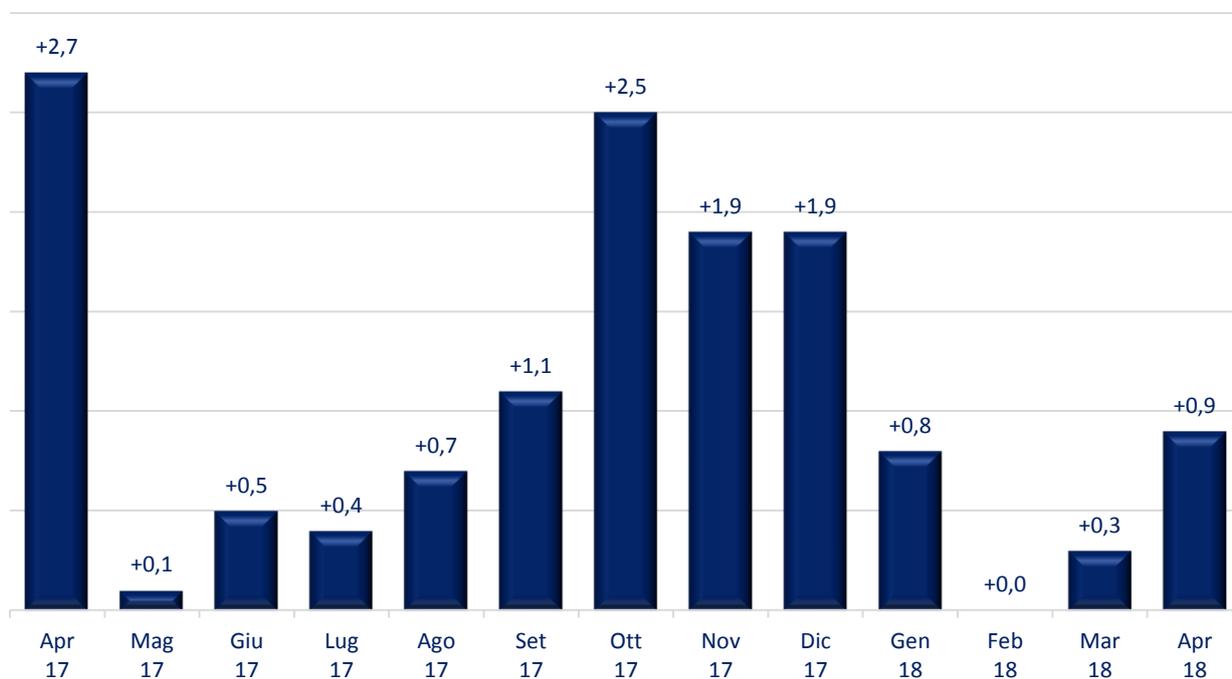


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Di fatto specularsi l'analisi sui soli **supermercati**: perfettamente allineate le dinamiche rilevate a totale format (+0,9%) e per i due sub-aggregati, LCC (+0,1%) e prodotti a peso variabile (+3,1%).

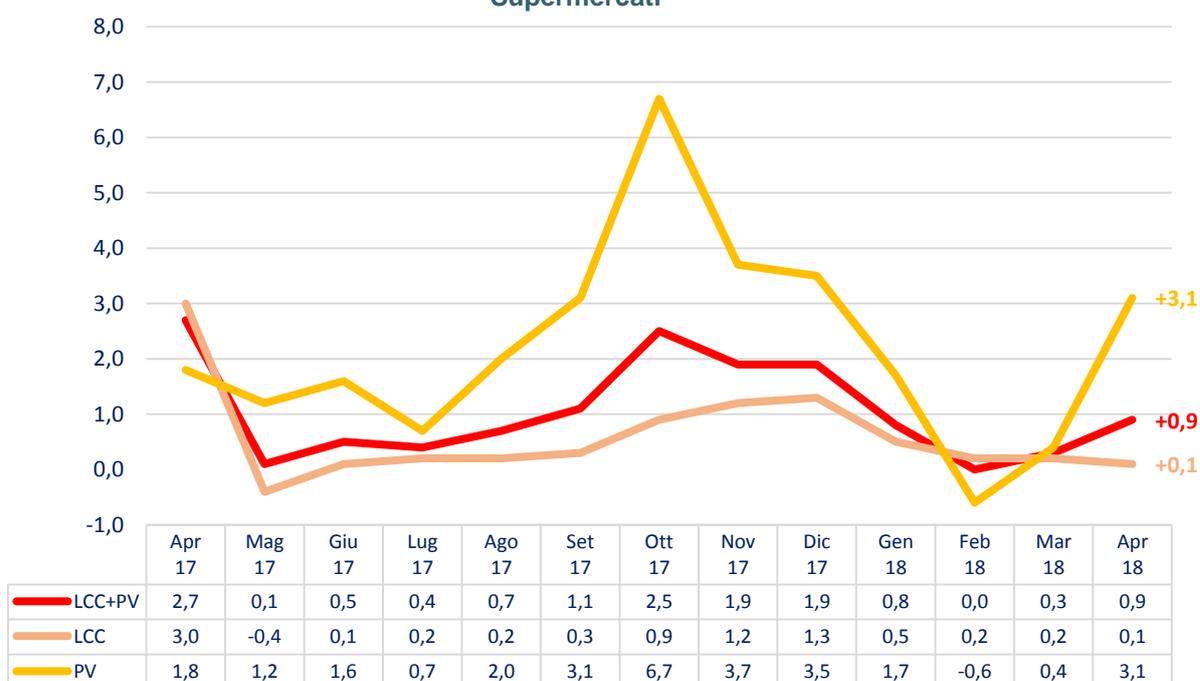
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati

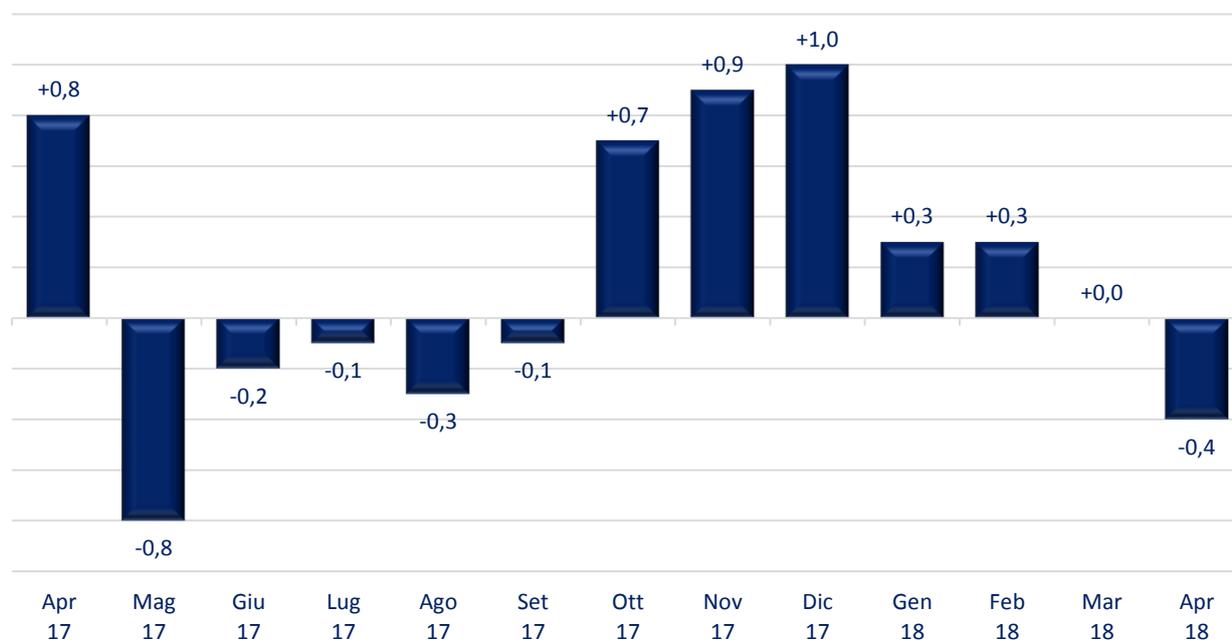


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Considerazioni parzialmente differenti emergono dall'analisi **a parità assortimentale** dei prodotti di largo consumo confezionato: dopo la frenata della tendenza inflazionistica registrata fin dall'inizio dell'anno, si rileva a aprile una variazione dei prezzi negativa (-0,4%).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO Ipermercati + Supermercati + Superette



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

La scomposizione di tale dinamica complessiva evidenzia andamenti differenziati per le diverse categorie, dall'incremento del +2,2% del Fresco alla flessione pari a -2,8% del Petfood + Petcare.

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA Ipermercati + Supermercati LCC – Comparti (Aprile 2018 vs Aprile 2017)

Fresco	+2,2%
Bevande	+1,7%
Freddo	+0,3%
Ortofrutta	-0,2%
Cura casa	-0,4%
Cura persona	-1,7%
Drogheria alimentare	-2,3%
Petfood + Petcare	-2,8%

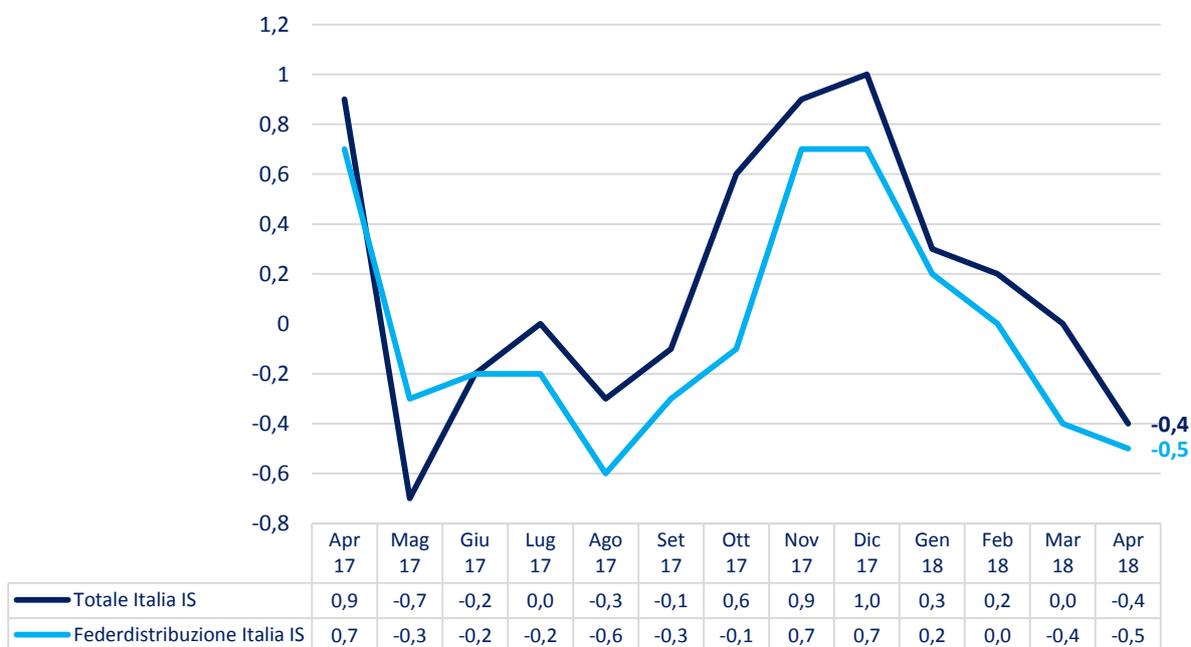
Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC, dopo la parziale divergenza mostrata a febbraio e marzo, la dinamica dei prezzi registrata presso le aziende associate a **Federdistribuzione** e quella complessiva della Distribuzione Moderna (I+S) si riavvicinano.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

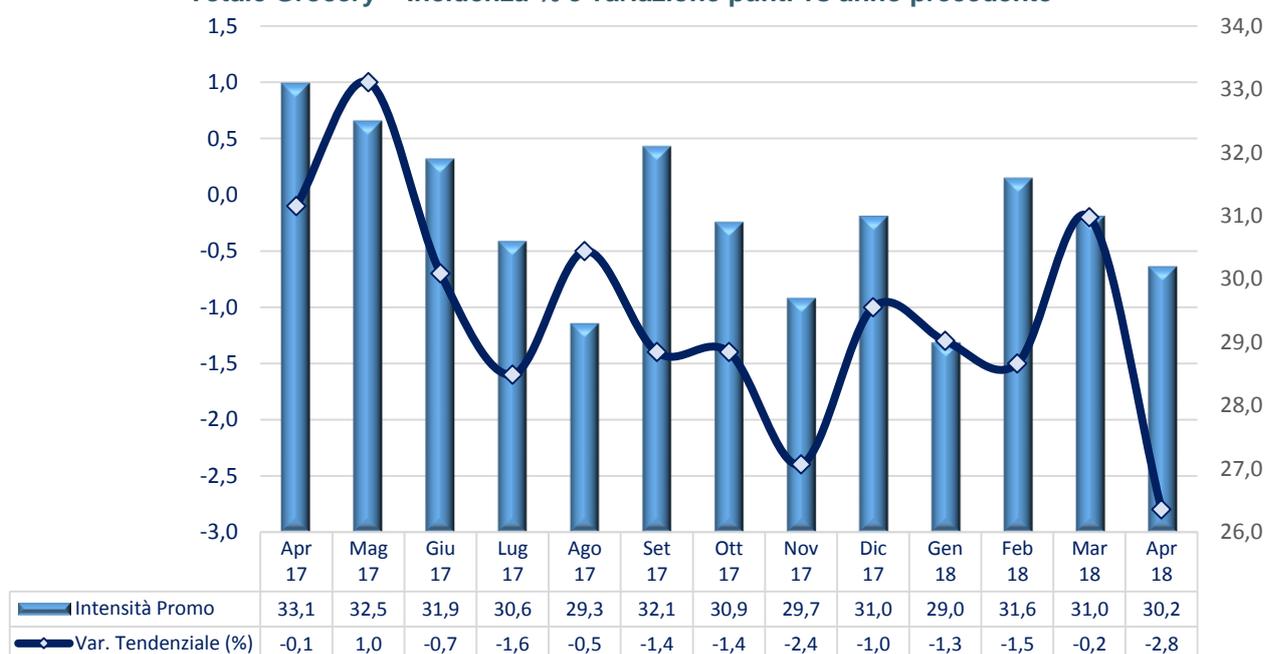
LE PROMOZIONI

A **aprile 2018**, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (**Iper+Super**) risulta inferiore di quasi 3 p.p. rispetto a quanto rilevato nello stesso periodo dell'anno prima: la percentuale di vendite in promozione è stata infatti pari al **30,2% versus 33,1%** del corrispondente mese del 2017.

Il calo è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 36,0% a 34,2%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 32,3% a 29,2%).

EVOLUZIONE DELLA LEVA PROMOZIONALE (IPER + SUPER)

Totale Grocery – Incidenza % e variazione punti vs anno precedente



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super

PRESSIONE PROMOZIONALE

Totale Grocery

	2016-2017					2017-2018				
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
Iper > 4.500 mq.	35,2	35,0	38,4	35,4	36,0	33,8	33,6	35,8	34,3	34,2
Super 400 – 4.499 mq.	31,1	29,0	31,8	30,1	32,3	30,1	27,7	30,5	30,2	29,2

Fonte: Nielsen Trade*Mis

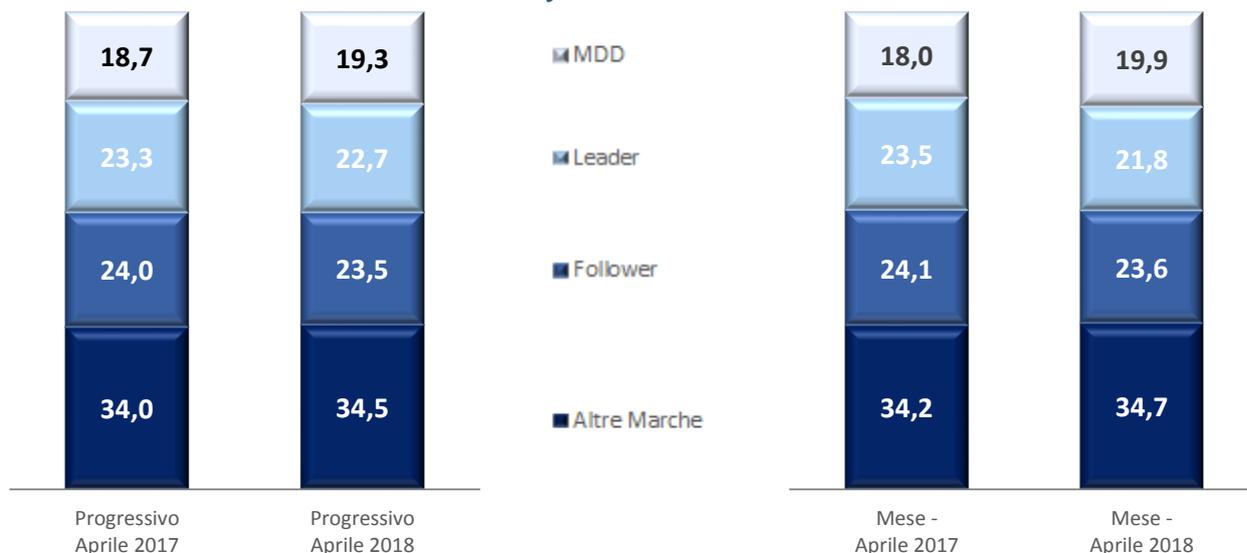
A livello di **iper** e **super**, le **promozioni di prezzo** – più direttamente attribuibili alla Distribuzione – si attestano al **22,3%**, in calo sia rispetto al mese precedente (22,8%) e che allo stesso mese del 2017 (23,9%).

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

Ad **aprile** la **Marca del Distributore** sfiora la soglia del 20%, attestandosi a 19,9% di quota sul mese, a scapito delle Marche Leader (-1,7 p.p. rispetto a aprile 2017) e delle Marche Follower (-0,5 p.p.). In leggero incremento, al contrario, le Altre Marche (+0,5 p.p.).

Sul progressivo, trainata da un incremento delle vendite pari al +4%, la marca del distributore incrementa la sua quota a 19,3%.

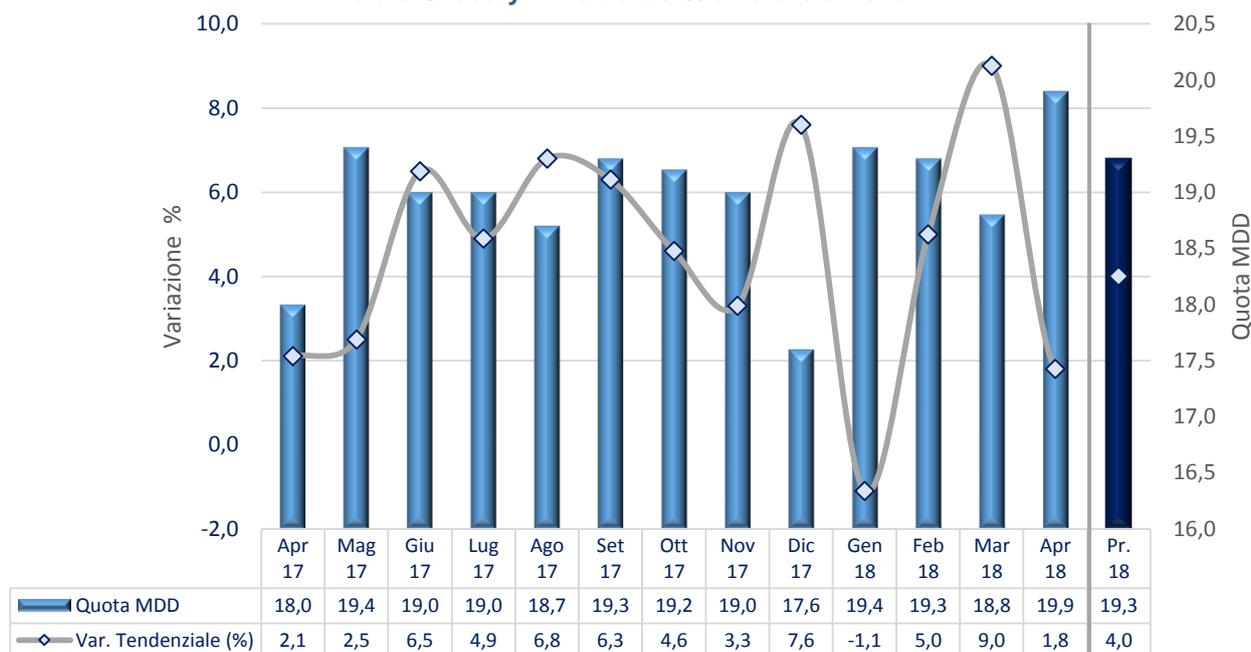
ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA Totale Grocery – Incidenza % a valore



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

Follower: da 2° a 4° marca

ANDAMENTO DELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE Totale Grocery – Incidenza % a valore e trend



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

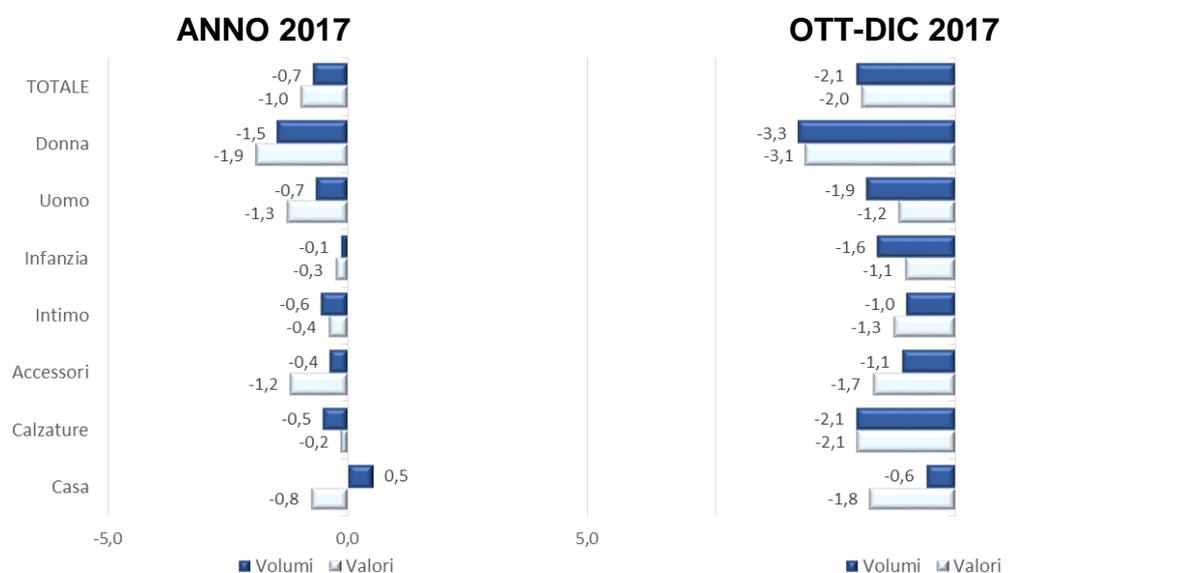
MERCATI NON FOOD

Nel 4° trimestre 2017 il mercato del **Tessile – Abbigliamento** registra **valori e volumi** negativi in tutti i comparti considerati: complessivamente la flessione risulta pari a **-2,1%** in quantità e **-2,0%** a fatturato.

Le maggiori criticità riguardano, come nel trimestre precedente, l'abbigliamento donna (-3,1% a valore e -3,3% a volume); tra i peggiori anche il comparto delle calzature (-2,1% sia a quantità che a fatturato).

Dopo aver mostrato dinamiche discontinue durante l'anno, il dato complessivo relativo al **2017** subisce l'impatto dei decrementi registrati nell'ultimo trimestre: il mercato chiude così con una contrazione sia a valori (**-1,0%**) che a volumi (**-0,7%**). Come già rilevato con riferimento al 4° trimestre, le peggiori performance sono associate al comparto dell'abbigliamento donna; seguono quelli dell'abbigliamento uomo e degli accessori.

TREND CONSUMI NON FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO Var % tendenziale – Totale Mercato



Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

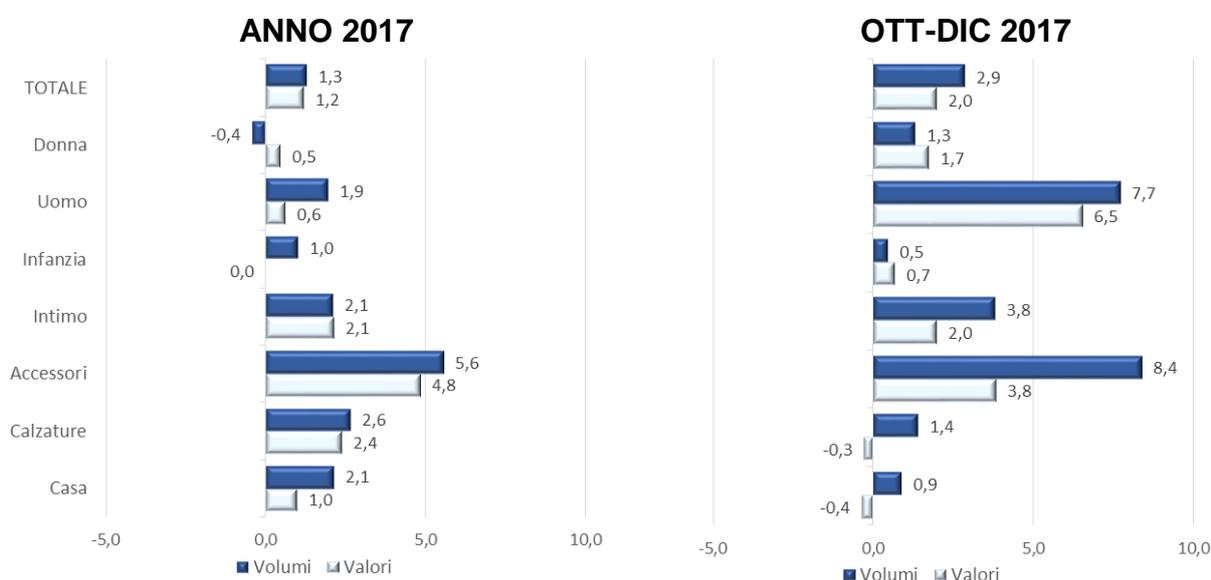
Ben diverso è il quadro che emerge dall'analisi dei dati relativi alla sola **Distribuzione Moderna** (Ipermercati e Supermercati, Grandi Magazzini, Catene di Abbigliamento), a conferma dello spostamento delle preferenze verso tali canali di vendita a scapito di quelli più tradizionali (principalmente negozi indipendenti ed ambulanti).

Pur con trend variegati, tutti i comparti presentano nel **4° trimestre 2017** dinamiche a volume positive. Le performance migliori riguardano gli accessori (+8,4% i volumi e +3,8% i valori) e l'abbigliamento maschile (+7,7% in quantità, +6,5% a fatturato) mentre a seguire, sempre in crescita ma con tassi meno significativi, si collocano l'intimo, l'abbigliamento donna e le calzature.

L'anno **2017** considerato nel suo complesso registra un incremento pari a **+1,3%** a volume e **+1,2%** a valore. Il top performer risulta essere il comparto degli accessori, seguito da quello delle calzature. Nelle posizioni più basse di un'immaginaria classifica si collocano l'abbigliamento donna e i prodotti per l'infanzia.

TREND CONSUMI NON FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO

Var % tendenziale – Ipermercati e Supermercati, Grandi magazzini, Catene specializzate



Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

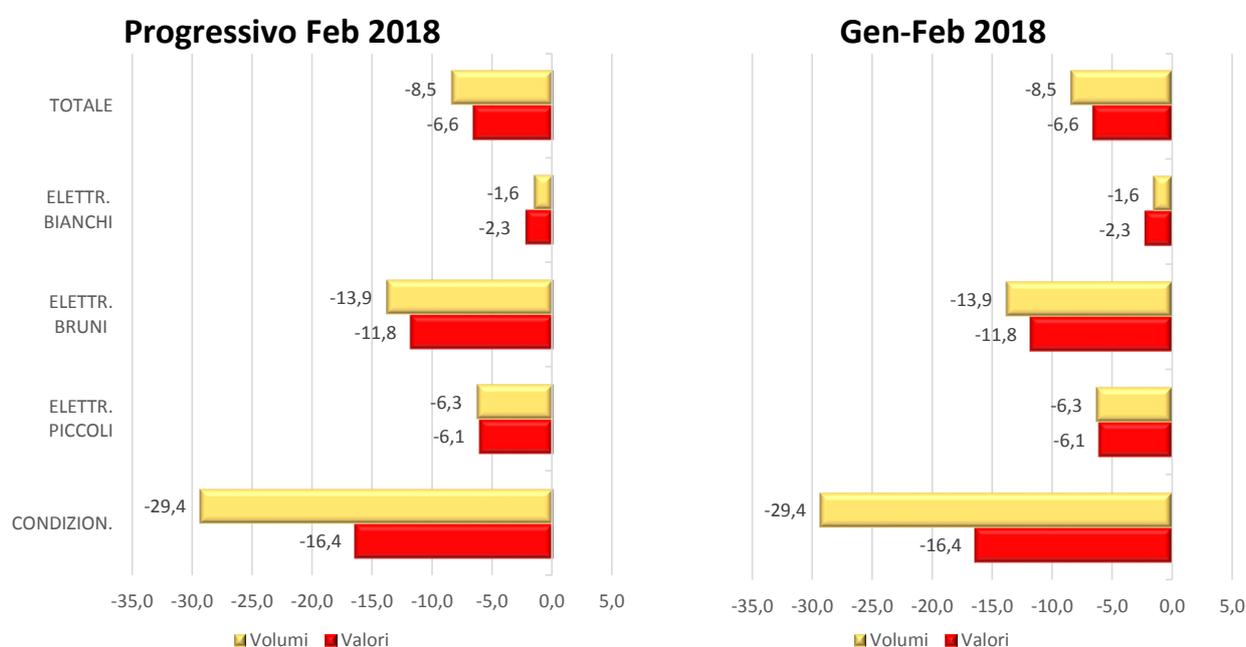
Dopo aver chiuso il 2017 con un bilancio in chiaroscuro (positivo in termini di volumi, +1,1%, ma negativo a valore, -1,7%), il mercato degli **Elettrodomestici** registra nel primo bimestre del 2018 performance decisamente sottotono, con dinamiche negative generalizzate a tutti i comparti.

Archiviato un anno dai risultati particolarmente brillanti, il comparto più piccolo, quello degli impianti di **condizionamento**, registra una drastica contrazione delle vendite (-29,4% a volume), da considerarsi alla stregua di un “rimbalzo” sull’eccezionale incremento registrato nel primo bimestre del 2017 (+32,2%).

Registra variazioni tendenziali negative a doppia cifra anche il settore degli **elettrodomestici bruni**, in calo tuttavia ormai da diversi bimestri.

I **piccoli elettrodomestici** e gli **elettrodomestici bianchi** mostrano infine dinamiche, per quanto negative, meno marcate.

TREND CONSUMI NON FOOD – ELETTRODOMESTICI Var % tendenziale – Totale Mercato



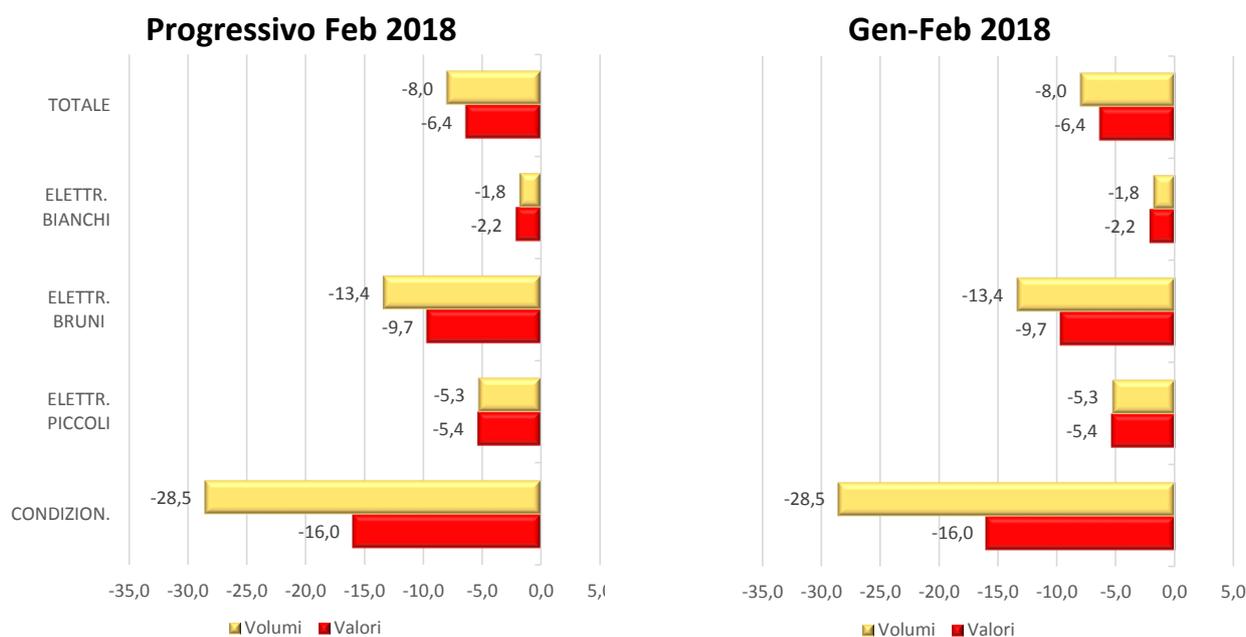
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Il quadro del **primo bimestre del 2018** riferito alla sola **Distribuzione Moderna** non si discosta di molto: l'analisi conferma un inizio dell'anno sfavorevole, con variazioni – tutte negative – in linea con quelle rilevate a totale mercato, solo leggermente smorzate.

Come già evidenziato a totale mercato, anche nella Distribuzione Moderna il risultato peggiore riguarda il comparto degli impianti di **condizionamento** (volumi -28,5% e valori -16,0%), in “ribalzo” sull'eccellenti performance registrate nel primo bimestre dello scorso anno.

In linea con il totale del mercato anche i comparti degli elettrodomestici bianchi, piccoli e bruni.

TREND CONSUMI NON FOOD – ELETTRODOMESTICI Var % tendenziale – Ipermercati, Grandi specialisti, Gruppi di acquisto



Fonte: GfK- Rilevazione bimestrale

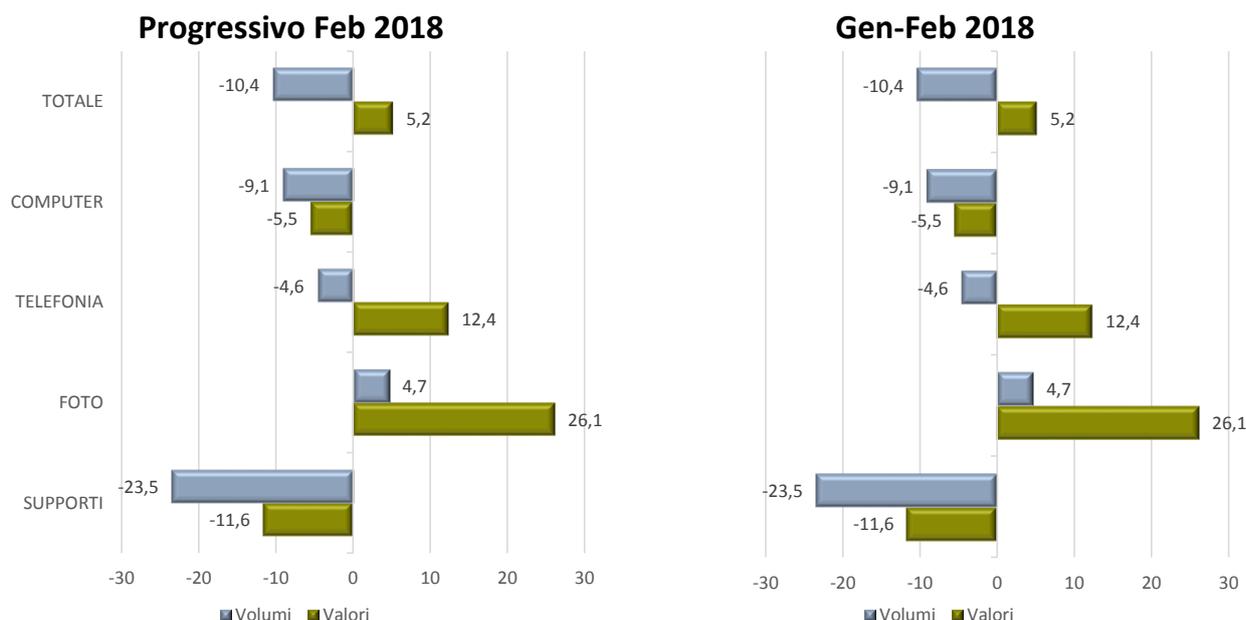
Il mercato dell'**Informazione** comprende i vari settori di consumo che hanno in comune l'applicazione delle moderne tecnologie elettroniche ai prodotti finali, ossia Computer e Accessori, Telefonia, Foto e Supporti per archiviazione dati, video e suono. Si tratta di settori continuamente oggetto di innovazioni tecnologiche che determinano la rapida obsolescenza di alcuni strumenti.

Per tale mercato, il **primo bimestre del 2018** ripropone dinamiche non dissimili a quelle rilevate nell'ultimo bimestre dello scorso anno, negative per le quantità veicolate (-10,4%) e positive per i fatturati (+5,2%). L'unica lampante differenza è rappresentata dal comparto **foto** che registra un'eccellente performance in quantità (+26,1%); più contenuta – ma pur sempre positiva – la variazione tendenziale del relativo fatturato (+4,7%).

Ancora In forte difficoltà, al contrario, il comparto dello **storage**: dopo aver registrato trend negativi a doppia cifra in tutti i bimestri del 2017, mostra marcati decrementi anche nei primi due mesi dell'anno in corso (rispettivamente -23,5% a volume, -11,6% a valore).

Come nel bimestre precedente, la **telefonia** mostra un rilevante incremento di fatturato (+12,4%) associato tuttavia a una flessione in quantità (-4,6%). Il comparto dell'**informatica** presenta variazioni negative sia a valore (-5,5%) che a volume (-9,1%).

TREND CONSUMI NON FOOD – INFORMAZIONE Var % tendenziale – Totale Mercato



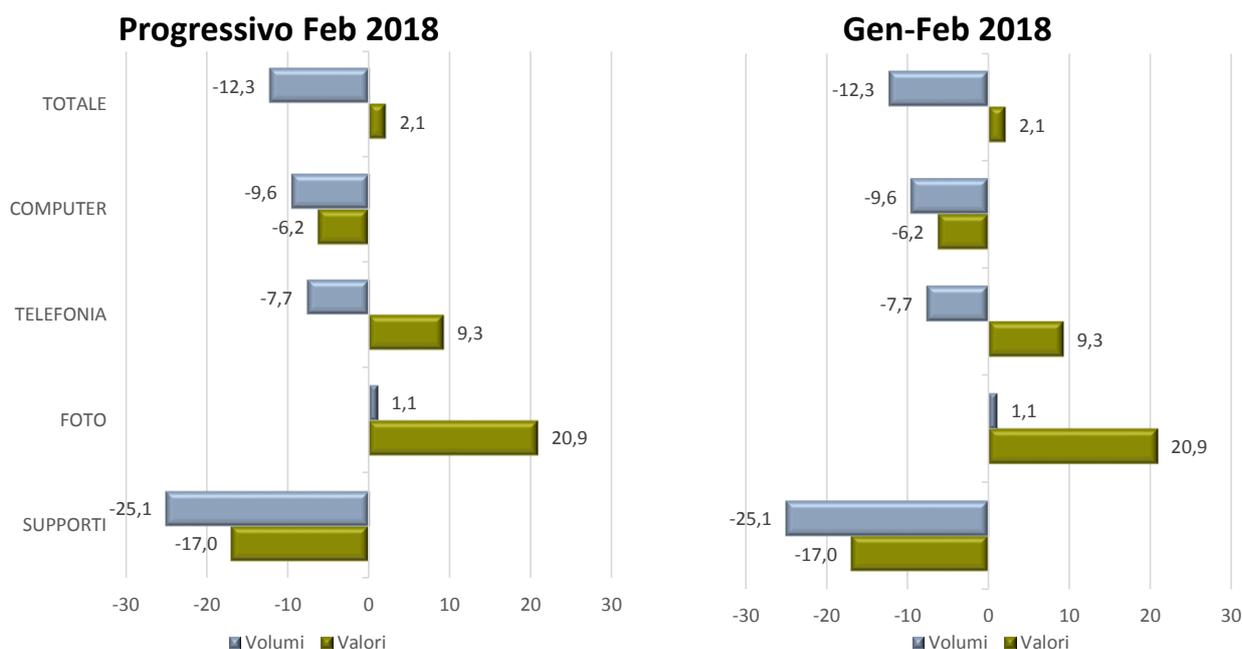
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Limitando lo sguardo alla sola **Distribuzione Moderna**, si osserva un trend in linea con il totale mercato, negativo a doppia cifra a volume (-12,3%) ma positivo a valore (+2,1%).

Analoghe sono anche le considerazioni che si possono trarre osservando l'andamento dei singoli comparti: a fronte dei decrementi registrati dal comparto dello **storage** e – in misura più modesta – dal settore **informatico**, si registrano dinamiche favorevoli per il comparto **foto** (con variazioni in quantità superiori al 20%) e performance contrastanti (positive a valore, negative a volume, sintomo di importanti incrementi dei prezzi) per la **telefonia**.

TREND CONSUMI NON FOOD – INFORMAZIONE

Var % tendenziale – Ipermercati, Grandi specialisti, Gruppi di acquisto



Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

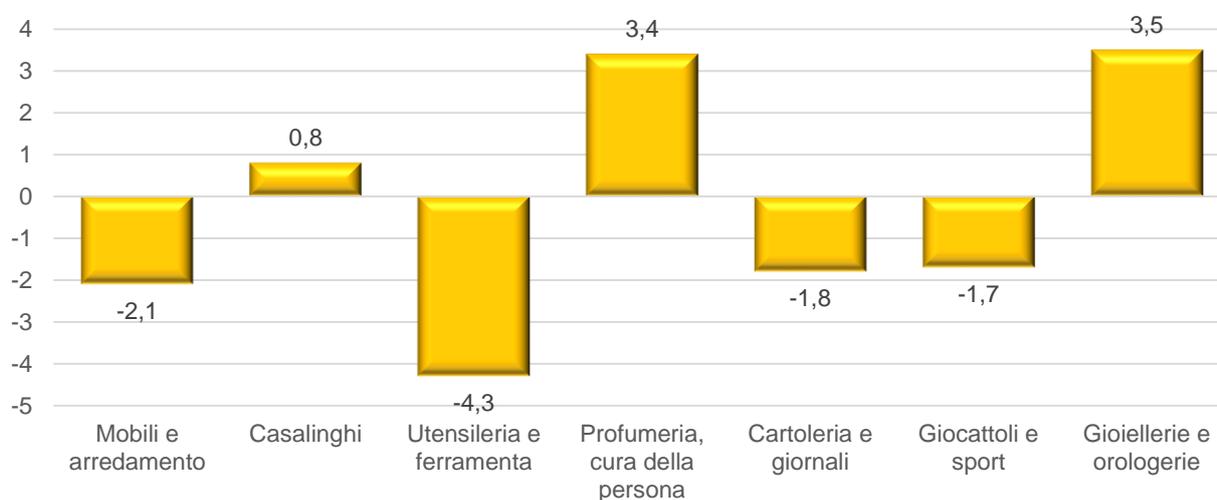
Sebbene l'indice generale delle vendite al dettaglio subisca a **marzo** gli effetti del già rilevato sfasamento della Pasqua (tale da far registrare un incremento generale del +2,9%), il **valore** del **comparto non alimentare** si riduce del -0,8% (-0,9% a progressivo) sintomo che "l'atteggiamento delle famiglie nei confronti dei consumi rimane quindi molto prudente, rimandando gli acquisti non indispensabili" sostiene Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.

In tale contesto negativo, la scomposizione delle vendite per gruppi di prodotti mette in luce una situazione assai differenziata: si registrano infatti incrementi tendenziali considerevoli su base annua per gli Altri prodotti, inclusa la gioielleria e orologeria (+3,5%) e i Prodotti di profumeria, cura della persona (+3,4%); in marcata flessione, viceversa, l'Utensileria e ferramenta (-4,3%) e Mobili, articoli tessili, arredamento (-2,1%).

TREND CONSUMI NON FOOD – ALTRI COMPARTI

Var % tendenziale – Valori a prezzi correnti

Marzo 2018



Fonte: Istat – Indice mensile delle vendite del commercio fisso al dettaglio

APPENDICE

Dettagli del trend per:

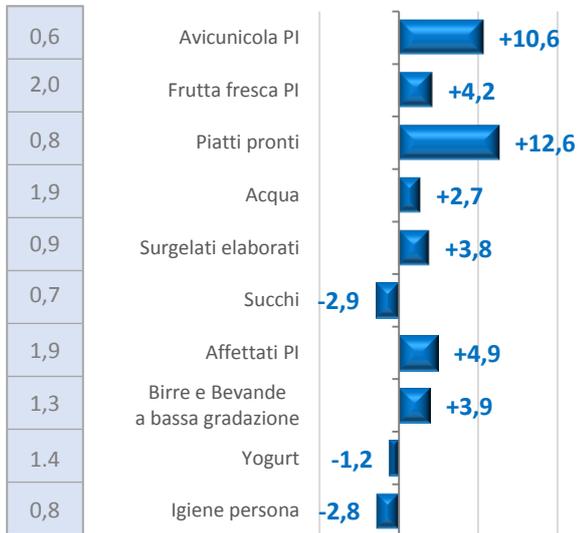
- 1. Famiglie a tot. fatturato**
- 2. Area e Categoria merceologica nel Grocery**
- 3. Area e Comparto Non Food**

1. Famiglie a tot. fatturato

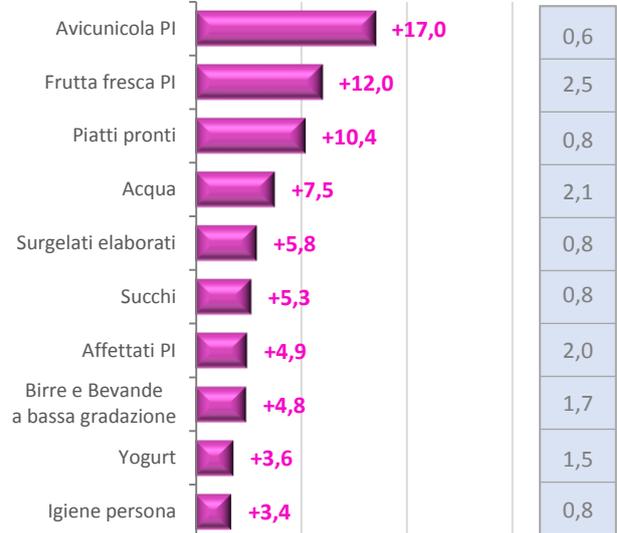
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Aprile 2018



Mese - Aprile 2018

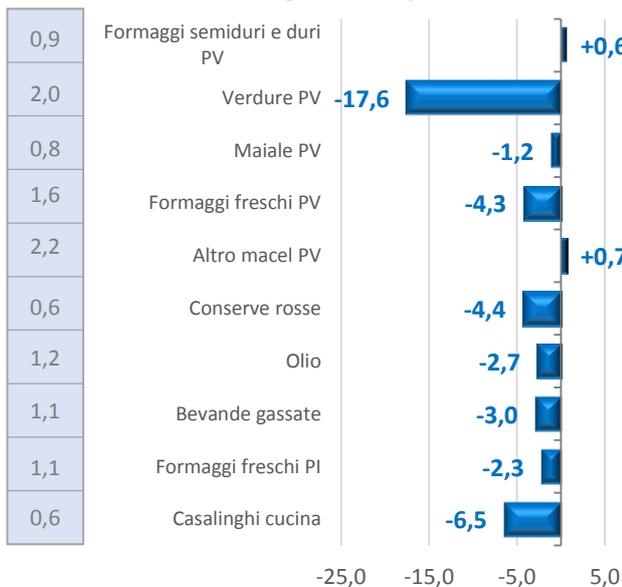


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

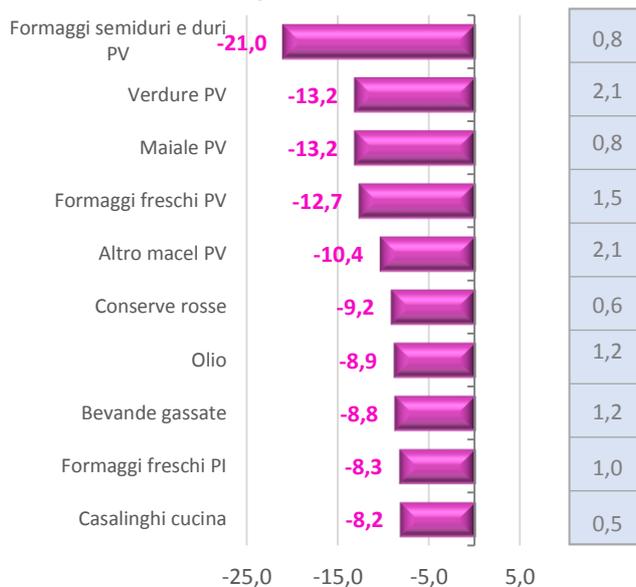
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Aprile 2018



Mese - Aprile 2018



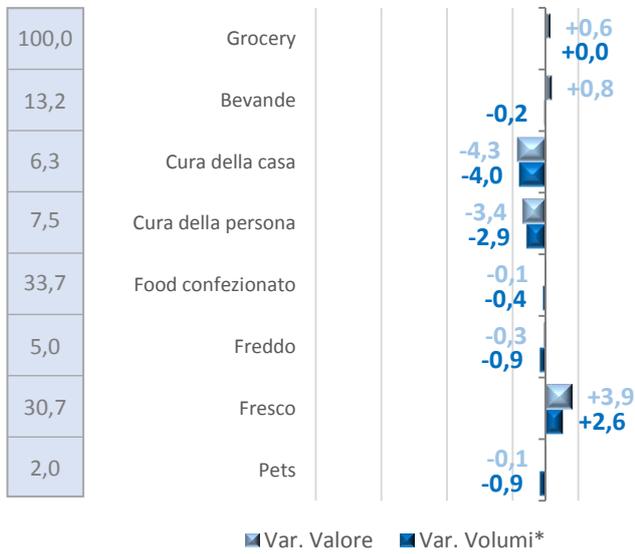
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

2. Area e Categoria merceologica nel Grocery

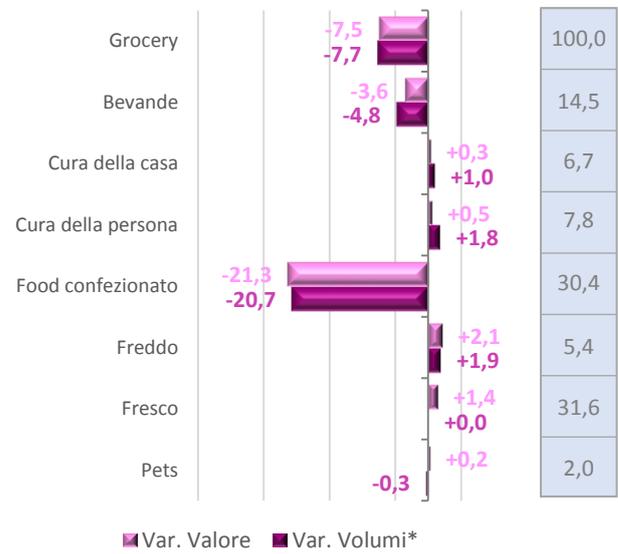
INCIDENZA E TREND DELLE AREE MERCEOLOGICHE – TOTALE GROCERY

Variazione % a rete corrente – Valori e Volumi* vs anno precedente

Progressivo Aprile 2018



Mese - Aprile 2018



■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

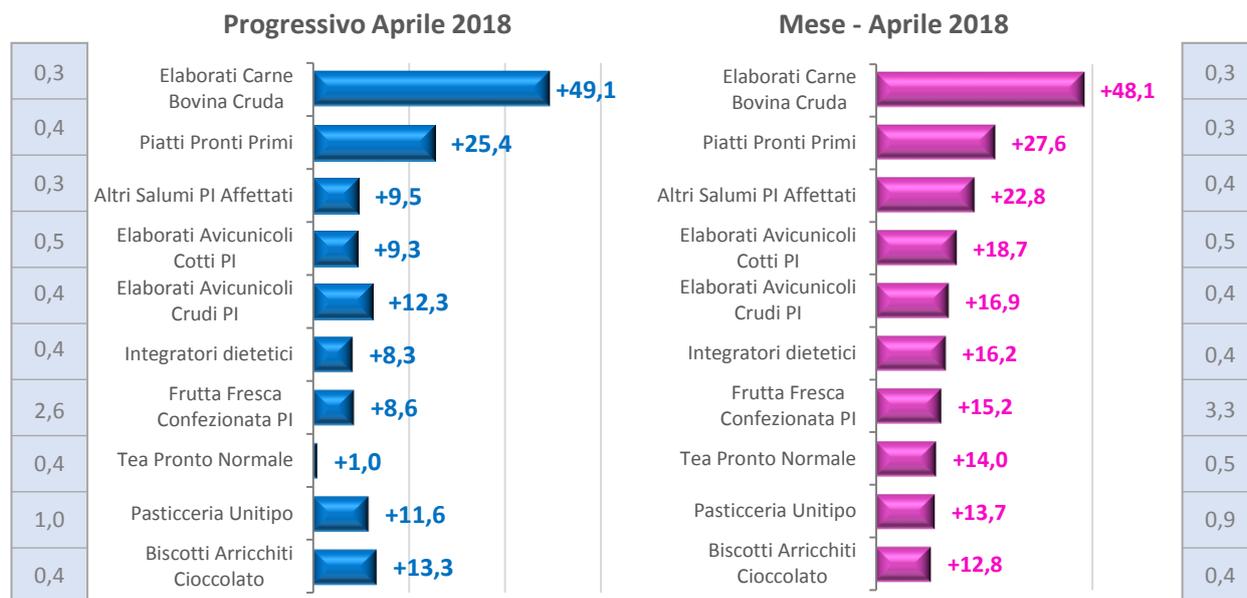
■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE

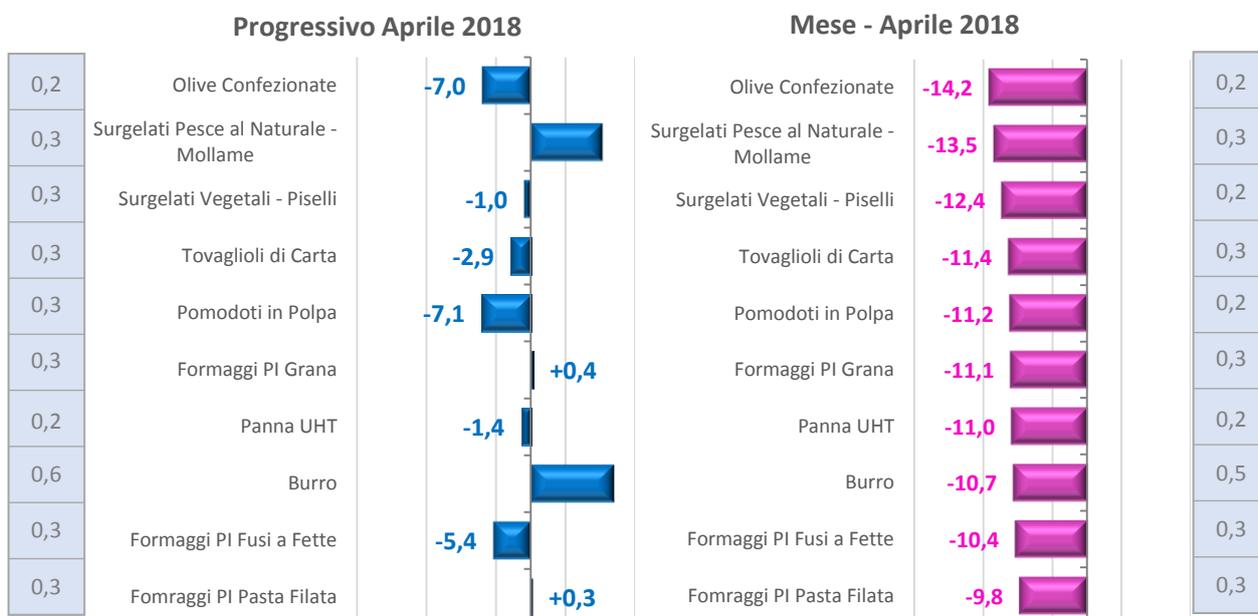
Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0,2%)

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0,2%)

3. Area e Comparto Non Food

ANALISI AREA – COMPARTO - FAMIGLIA

Iper + Super – Periodo: Gennaio-Aprile 2018*

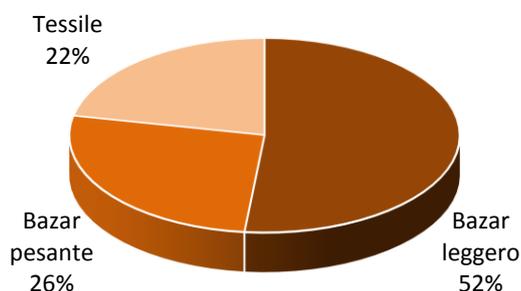
INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD SU TOTALE NEGOZIO

7,4%

VENDITE VALORE
NON FOOD

1.589,6 mln di €

INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD



Trend % Valore

Bazar leggero - 6,8%
Bazar pesante - 9,7%
Tessile - 6,6%

	Progressivo Anno Corrente		
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	21.616.967.552,0	-0,7	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	19.736.993.472,0	-0,3	91,3
NO FOOD	1.589.628.424,0	-7,6	7,4
BAZAR LEGGERO	820.837.580,0	-6,8	3,8
CASALINGHI	231.161.865,0	-6,0	1,1
GIOCHI E TEMPO LIBERO	118.664.622,5	-7,3	0,5
LIBRI E GIORNALI	61.665.814,3	-5,3	0,3
GIARDINAGGIO	119.052.806,0	-12,0	0,6
CANCELLERIA	65.675.086,0	-5,5	0,3
FAI DA TE	84.954.654,3	-8,6	0,4
SPORT E TEMPO LIBERO	69.199.574,5	9,1	0,3
VEICOLI A MOTORE	49.689.118,8	-14,3	0,2
ASCOLTO E VISIONE	9.683.806,9	-26,6	0,0
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	8.208.565,9	37,4	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	2.881.675,2	-16,9	0,0
BAZAR PESANTE	422.318.692,0	-9,7	2,0
TELEFONIA	163.809.680,5	-7,9	0,8
ELETTR.BRUNI	93.006.589,0	-13,8	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	67.615.833,8	-10,1	0,3
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	36.892.985,3	-16,4	0,2
ELETTR.BIANCHI	32.605.158,3	-3,9	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	27.177.091,4	-0,4	0,1
UFFICIO-CASA	899.384,8	-1,3	0,0
ELETTRONICA	311.967,7	-22,4	0,0
TESSILE	346.472.147,0	-6,6	1,6
ABBIGLIAMENTO	222.462.395,0	-8,9	1,0
TESSILE CASA	83.131.617,0	1,3	0,4
CALZATURE PELLETERIA	40.878.138,4	-8,8	0,2
ALTRO	290.345.461,0	18,5	1,3

Fonte: Nielsen – Aggiornato al 29 aprile 2018