

DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: La dinamica del mercato

TradeLab
.....●●●●●●●●●●

per

FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Agosto 2017

Indice

Scenario economico generale	Pag. 3
Il trend della Distribuzione Moderna Organizzata: sintesi	Pag. 12
Le vendite	Pag. 14
I prezzi	Pag. 20
Le promozioni	Pag. 27
Le marche del distributore	Pag. 29
Mercati Non Food	Pag. 31
Appendice (dettagli del trend per comparto, area e categoria merceologica, merceologie non food)	Pag. 38

SCENARIO ECONOMICO GENERALE

INDICATORI CONGIUNTURALI

Secondo i dati dell'ISTAT, nel **2° trimestre 2017** il **PIL** espresso in valori concatenati con anno di riferimento 2010 (corretto per gli effetti di calendario e stagionalizzato), è aumentato dello 0,3% rispetto al trimestre precedente e dell'**1,5%** rispetto al secondo trimestre 2016. Sia la crescita congiunturale del PIL, sia quella tendenziale sono rimaste invariate rispetto alle stime preliminari diffuse il 16 agosto scorso. Si tratta di un PIL in crescita da dieci trimestri consecutivi, cioè dai primi tre mesi del 2015.

Si registrano andamenti congiunturali positivi per il valore aggiunto dell'industria (+0,5%) e dei servizi (+0,3%), mentre il valore aggiunto dell'agricoltura è diminuito del 2,4%.

Il secondo trimestre del 2017 ha avuto tre giornate lavorative in meno del trimestre precedente e due in meno rispetto al secondo trimestre del 2016.

La variazione acquisita per il 2017 è pari a +1,2%.

PIL	2° trimestre 2016	3° trimestre 2016	4° trimestre 2016	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017
Var. % reale su scorso anno	+0,8%	+0,9%	+1,2%	+1,2%	+1,5%

Fonte: Istat

A **livello internazionale** emerge una situazione complessivamente positiva, anche all'interno del contesto europeo. Il risultato migliore nel vecchio continente continua ad essere quello della Spagna, sia dal punto di vista tendenziale (+3,1%) sia dal punto di vista congiunturale (+0,9%). Rilevante anche il percorso tendenziale della Germania (+2,1%).

Al di fuori del continente continua l'andamento positivo degli Stati Uniti, soprattutto rispetto ai risultati dell'anno precedente (+2,2%).

PIL	Var. tendenziale (2° T17/2° T16)	Var. congiunturale (2° T17 /1° T17)
Italia	+1,5%	+0,3%
Area Euro (19 paesi)	+2,3%	+0,6%
Germania	+2,1%	+0,6%
Francia	+1,7%	+0,5%
UK	+1,7%	+0,3%
Spagna	+3,1%	+0,9%
Usa	+2,2%	+0,8%

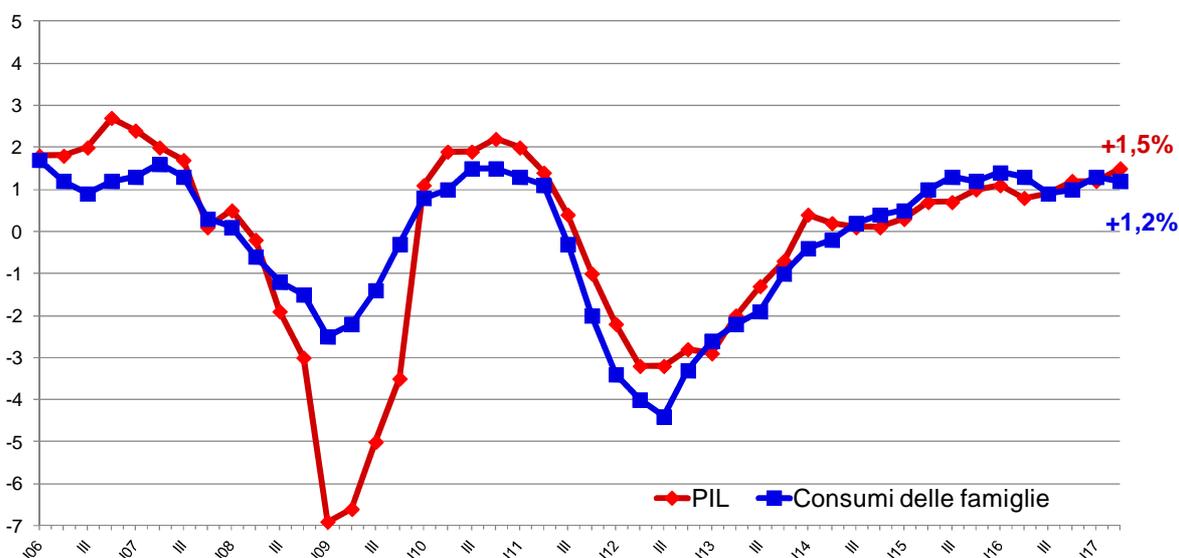
Fonte: Eurostat

I **Consumi delle Famiglie** nel **2° trimestre 2017** aumentano dell'1,2% in termini tendenziali, riducendo in maniera minima il trend del trimestre precedente. In particolare, gli acquisti di beni durevoli sono aumentati del 3,3%, i servizi dell'1,8% e i beni non durevoli dello 0,4%; gli acquisti dei beni semidurevoli si riducono invece dello 0,1%.

Consumi delle famiglie	2° trimestre 2016	3° trimestre 2016	4° trimestre 2016	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017
Var. % reale su scorso anno	+1,3%	+0,9%	+1,0%	+1,3%	+1,2%

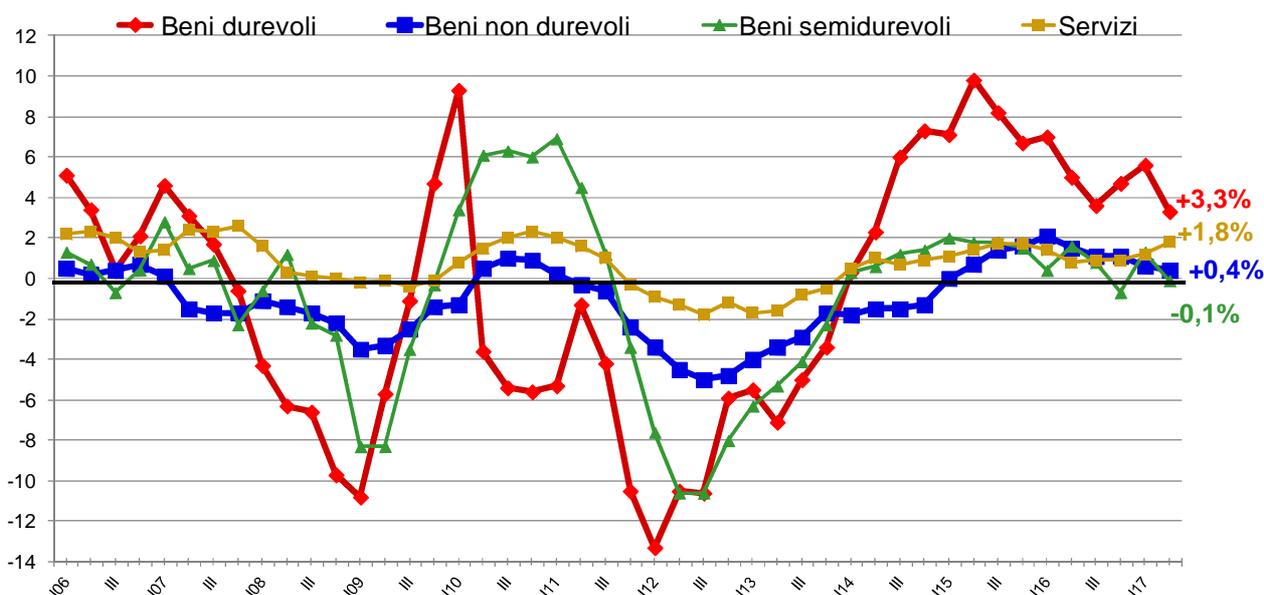
Fonte: Istat

PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni % reali tendenziali



Fonte: Istat

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



Fonte: Istat

A **luglio 2017** l'indice della **produzione industriale** (dati grezzi) è aumentato del **4,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Corretto per gli effetti di calendario, a luglio 2017 l'indice è aumentato in termini tendenziali del 4,4% (i giorni lavorativi sono stati 21 come a luglio 2016). Nella media dei primi sette mesi dell'anno la produzione è aumentata del 2,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

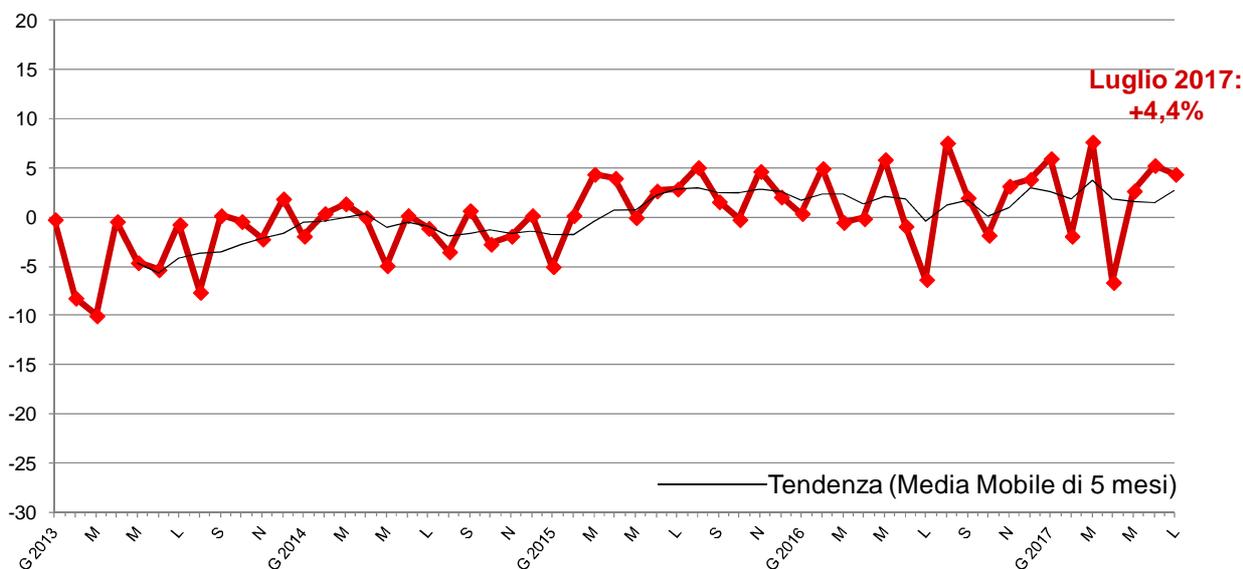
L'indice destagionalizzato mensile registra variazioni congiunturali positive nei raggruppamenti dei beni strumentali (+1,6%), dei beni di consumo (+0,5%) e dei beni intermedi (+0,3%); segna invece una variazione negativa il comparto dell'energia (-3,6%).

Per quanto riguarda i settori di attività economica, a luglio 2017 i comparti che registrano la maggiore crescita tendenziale sono quelli dell'attività estrattiva (+8,4%), della fabbricazione di macchinari e attrezzature n.c.a (+8,0%), delle industrie alimentari, bevande e tabacco e della fabbricazione di mezzi di trasporto (entrambi +6,9%); diminuzioni si registrano invece nei settori della fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche, della fabbricazione di computer, prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi (entrambi -0,6%) e delle industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori (-0,5%).

Indice produzione industriale	2° trimestre 2016	3° trimestre 2016	4° trimestre 2016	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017
Var. % reale su scorso anno	+1,7%	-0,2%	+1,6%	+3,9%	+0,6%

Fonte: Istat

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE Variazioni %



Fonte: Istat

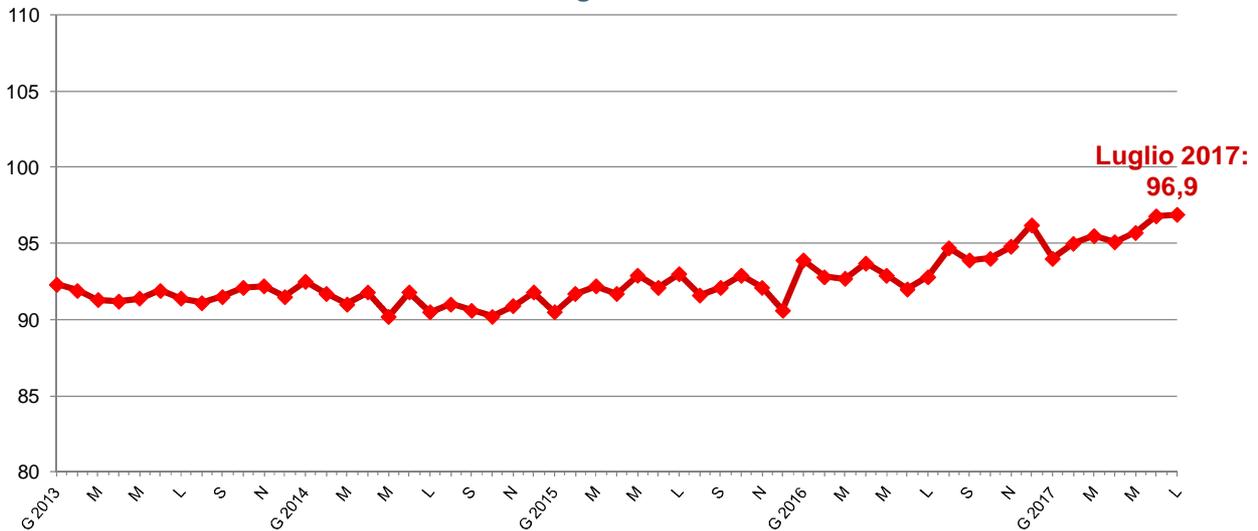
Analizzando i **valori destagionalizzati** della Produzione Industriale, utili per l'analisi congiunturale perché consentono un confronto immediato di ciascun dato con i mesi precedenti, si osserva che a partire dalla primavera del 2011 è iniziata una fase di caduta del ciclo ed è iniziato un andamento altalenante e principalmente senza variazioni percentuali particolarmente significative.

Da fine 2015 è iniziata invece una lenta risalita, a testimonianza di una ripresa progressiva della produzione.

A **luglio 2017** l'indice destagionalizzato della produzione industriale aumenta dello 0,1% rispetto a giugno. Nella media del trimestre maggio-luglio 2017 la produzione è aumentata dell'1,4% nei confronti dei tre mesi precedenti.

L'indice di **luglio (96,9)** aumenta solo dello 0,1% rispetto al mese di giugno, registrando il valore più alto degli ultimi cinque anni.

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE
Valori destagionalizzati – 2010=100



Fonte: Istat

A **luglio 2017**, rispetto allo stesso mese del 2016, si registra un aumento significativo sia per le esportazioni **(+5,1%)** sia per le importazioni **(+10,5%)**.

A **luglio 2017** risultano positive anche le esportazioni dirette verso i **Paesi dell'Unione Europea (+6,2%)**, che rappresentano circa il 55,9% del valore complessivo.

L'aumento tendenziale delle esportazioni è principalmente determinato dai prodotti energetici (+21,5%), e dai beni di consumo non durevoli (+7,6%) e durevoli (+6,1%). La crescita tendenziale delle importazioni (+10,5%) è determinata prevalentemente dai beni intermedi (+13,9%), dai beni di consumo durevoli e dai beni strumentali (+10,5% per entrambi).

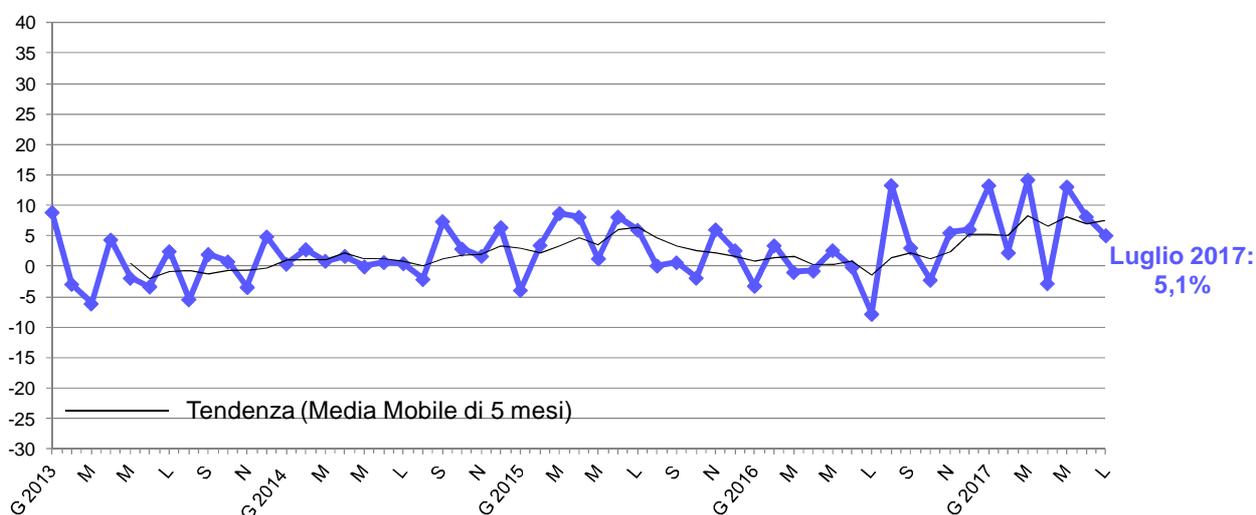
A luglio 2017 il saldo commerciale è positivo (+6,6 miliardi), in diminuzione rispetto a luglio 2016 (+7,8 miliardi). Al netto dei prodotti energetici, la bilancia commerciale è attiva per 9,3 miliardi.

Nel mese di **agosto 2017**, il **cambio dell'Euro contro il Dollaro** ha registrato un valore medio di 1,182 (mentre a luglio 2016 era di 1,121), che sintetizza un andamento altalenante nel corso del mese considerato. In particolare, il picco dell'ultimo mese è stato raggiunto il 28 agosto (1,198) mentre il minimo 17 agosto (1,172).

Esportazioni (Valori correnti)	2° trimestre 2016	3° trimestre 2016	4° trimestre 2016	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017
Var. % su scorso anno	+0,6%	+1,0%	+3,0%	+9,9%	+6,3%

Fonte: Istat

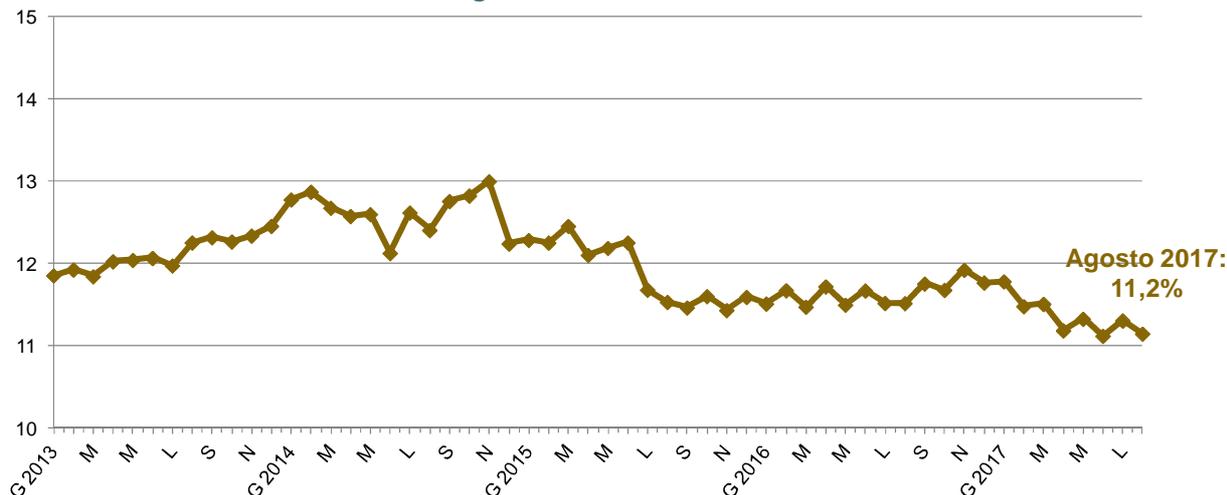
ESPORTAZIONI Valori correnti – Variazioni %



Fonte: Istat

Il **tasso di disoccupazione** nel mese di **agosto 2017**, secondo i dati mensili pubblicati dall'Istat, scende all'**11,2%** (-0,2%). La disoccupazione giovanile (15-24 anni), ovvero l'incidenza dei disoccupati sul totale di quelli occupati o in cerca, è pari al 35,1%, in calo anch'esso dello 0,2% rispetto al mese precedente. Tra i 15-24 anni le persone in cerca di lavoro sono 557mila e rappresentano il 9,5% della popolazione in questa fascia d'età.

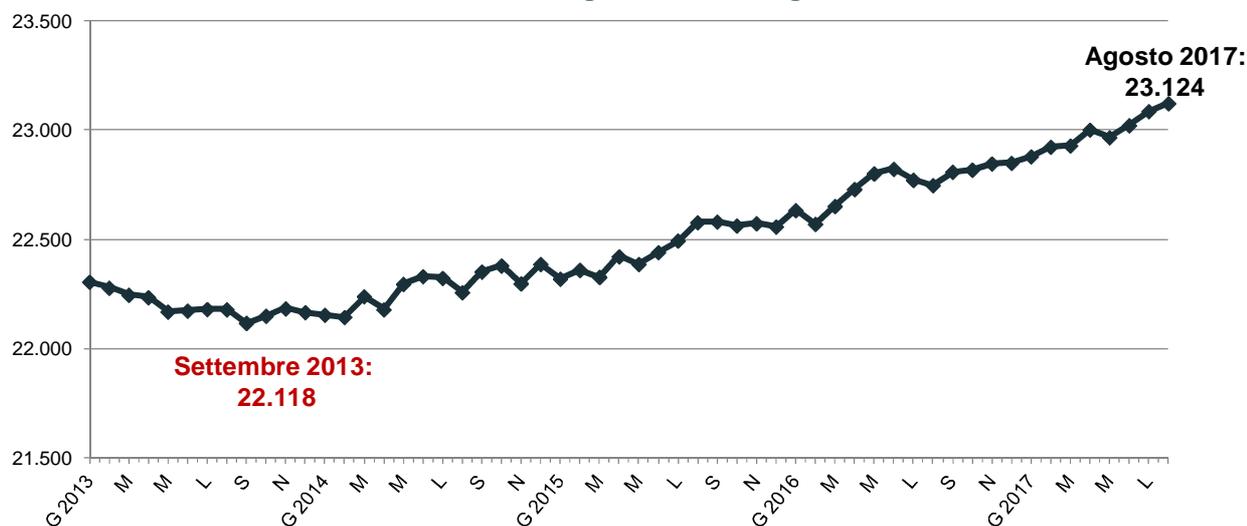
TASSO DI DISOCCUPAZIONE Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

Nel mese di **agosto 2017** il numero di **occupati** è pari a 23.214 mila unità, in aumento dello 0,2% rispetto al mese scorso (+36 mila), confermando la persistenza della fase di espansione occupazionale già osservata negli ultimi mesi. La crescita congiunturale dell'occupazione interessa tutte le classi di età ad eccezione dei 35-49enni ed è interamente dovuta alla componente femminile, mentre per gli uomini, dopo l'incremento dei due mesi precedenti, si registra un calo. Aumentano i dipendenti a termine, sostanzialmente stabili i permanenti, ancora in lieve calo gli indipendenti. La nuova occupazione creata ad agosto è interamente temporanea e presumibilmente trainata dal turismo; ciò potrebbe indurre una correzione a settembre-ottobre.

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – migliaia



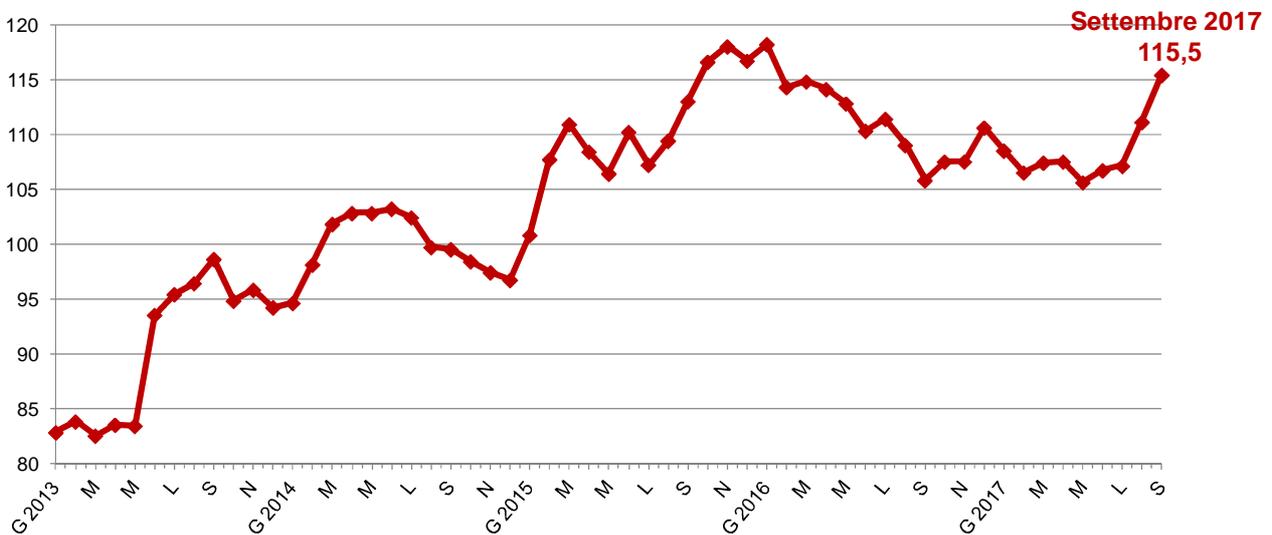
Fonte: Istat

A **settembre 2017** l'indice del **clima di fiducia dei consumatori**, espresso in base 2010=100, aumenta passando da 111,2 a 115,5, tornando ad allinearsi sui livelli del primo trimestre 2016; la fiducia dei consumatori tocca il massimo livello dalla fine dello scorso anno. L'indice si mostra superiore rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (105,9).

Tutte le componenti del clima di fiducia dei consumatori sono in aumento seppur con intensità diverse: la componente economica e quella futura aumentano marcatamente mentre l'incremento è più contenuto per la componente personale e per quella corrente.

I giudizi e le aspettative circa la situazione economica del Paese sono in miglioramento mentre diminuiscono le aspettative sulla disoccupazione.

CLIMA DI FIDUCIA DELLE FAMIGLIE
Indice 2010 = 100 dati destagionalizzati



Fonte: Istat

L'indice composito del **clima di fiducia delle imprese italiane**, ottenuto per aggregazione degli indici relativi alle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio, a **settembre 2017** aumenta passando da 107,1 a 108,0.

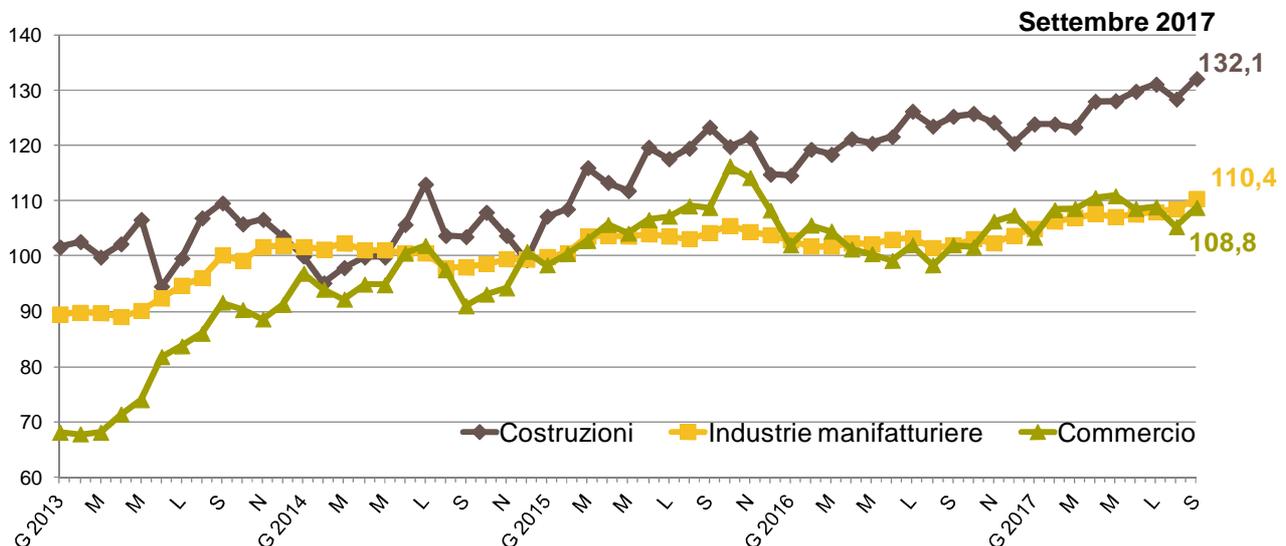
Con riferimento alle imprese, nel mese di settembre i diversi settori economici mostrano segnali positivi. In particolare, il clima di fiducia aumenta nel settore manifatturiero da 108,5 a 110,4, nelle costruzioni da 128,4 a 132,1 e nel settore del commercio al dettaglio da 105,3 a 108,8.

L'indice destagionalizzato del **clima di fiducia delle imprese manifatturiere** a settembre 2017 sale da 108,5 a **110,4**, raggiungendo il valore massimo da settembre 2007. Migliorano nettamente i giudizi sugli ordini mentre rimangono stabili le attese di produzione; in leggero accumulo sono infine giudicate le scorte di magazzino.

Nel mese di settembre 2017 l'indice del **clima di fiducia delle imprese di costruzione** peggiora da 128,4 a **132,1**; si registra un diffuso miglioramento dei giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione mentre le attese sull'occupazione sono in lieve peggioramento.

L'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle aziende che operano nel **commercio al dettaglio** sale da 105,3 a **108,8**. Tra le componenti dell'indice, si evidenzia una lieve diminuzione del saldo dei giudizi sulle vendite correnti ed un aumento di quello relativo alle aspettative sulle vendite future; in decumulo sono giudicate, infine, le scorte di magazzino. Il clima di fiducia migliora da 104,4 a 111,0 nella grande distribuzione mentre peggiora da 105,2 a 102,4 in quella tradizionale.

CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE Indice 2010 = 100



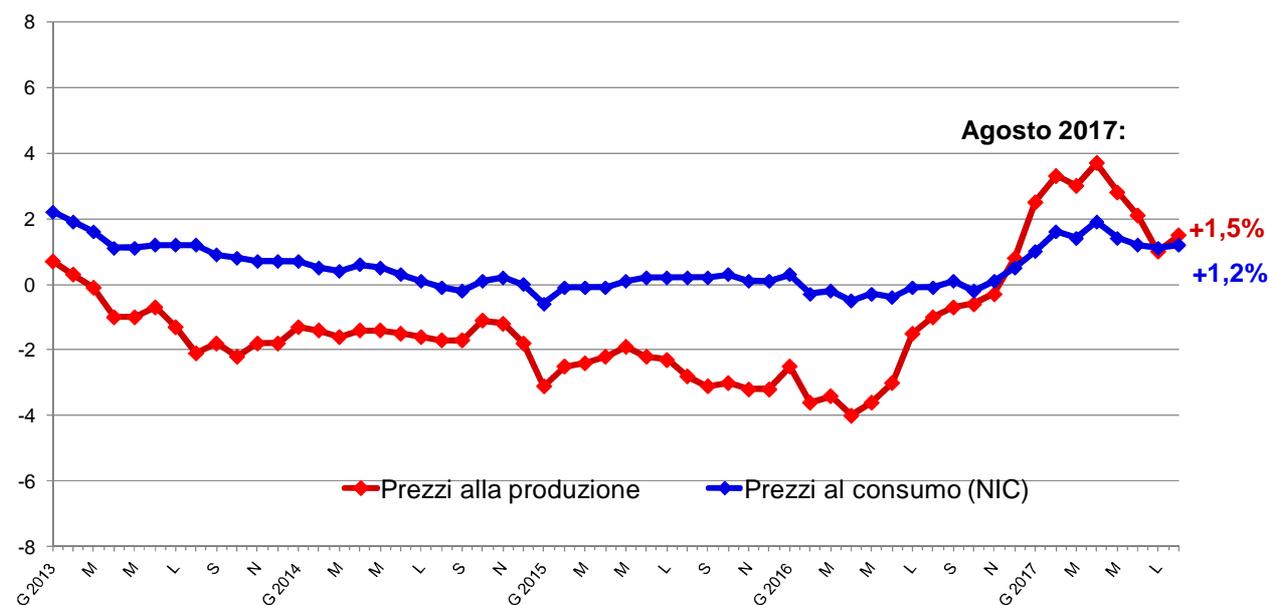
L'indice dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali** del mese di **agosto 2017** aumenta rispetto al mese precedente dello 0,4% e dell'1,5% nei confronti di agosto 2016.

Nel mese di **agosto 2017**, l'**indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC)**, al lordo dei tabacchi, aumenta dello 0,3% su base mensile e aumenta dell'1,2% rispetto ad agosto 2016, confermando la stima preliminare.

Ad **agosto 2017**, l'**indice armonizzato dei prezzi al consumo (IPCA)** aumenta dello 0,1% su base mensile e dell'1,4% su base annua (era +1,2% a luglio), confermando la stima preliminare.

Considerando i due principali aggregati (beni e servizi), ad agosto sia i prezzi dei beni che quelli dei servizi registrano un'accelerazione della crescita su base annua. I prezzi dei beni si attestano a +1,0% (da +0,8% di luglio), mentre il tasso di crescita tendenziale dei prezzi dei servizi sale di tre decimi di punto percentuale passando a +1,6% (da +1,3%). Pertanto, il differenziale inflazionistico tra i tassi di variazione tendenziale dei prezzi dei servizi e quelli dei beni si incrementa rispetto a luglio e si attesta a +0,6 punti percentuali (era +0,5).

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Mesi – Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat

IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Nel mese di **agosto 2017** le vendite di iper e super registrano un andamento positivo **(+4,6%)** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.
Nonostante il dato generale positivo le vendite dei format di grandi dimensioni (iper>4.500 mq) continuano a registrare un calo (-1,5%), mentre performance positive significative vengono registrate ancora una volta dai punti vendita di minori dimensioni (+6,4%).
- L'andamento complessivo del fatturato di **agosto 2017 (+4,6%)** è il risultato di trend differenti, ma prevalentemente positivi, per le singole merceologie considerate.
Le performance migliori riguardano il trend dei Prodotti di Largo Consumo Confezionato (+5,7%), che rappresentano il 54,4% del fatturato complessivo, e a seguire i Prodotti freschi a Peso Variabile (+5,4%). L'unico trend negativo riguarda invece il "non food" (-1,9%).
- Se si considera il dato di variazione a rete costante, ad **agosto 2017** emergono trend differenti, ma prevalentemente positivi, per le singole formule distributive. Le performance migliori riguardano i Super (+2,2%) e a seguire il Libero Servizio (+1,8%) e i Discount (+1,4%) mentre l'unico trend negativo riguarda gli Ipermercati di maggiori dimensioni (>4.500 mq) (-2,5%).
- Passando ad esaminare i prodotti grocery, nel mese di **agosto 2017** emerge un andamento positivo sia per quanto riguarda i valori (+4,6%) sia per quanto riguarda i volumi (+4,0%). Con riferimento alle vendite per formato, si registrano trend differenti. Le criticità maggiori vengono registrate ancora una volta dal Libero Servizio (-2,1% i valori e -3,0% i volumi), che non riesce ad essere competitivo con i format che garantiscono offerte migliori attraverso promozioni periodiche o politiche di every day low price. Ancora una volta i Super registrano l'unica performance positiva (+7,4% i valori e +7,0% i volumi). Per gli Iper di maggiori dimensioni si registrano invece valori quasi stabili a +0,1% e volumi leggermente negativi a -0,4%.
- Ad **agosto 2017** l'indicatore del "**carrello della spesa**" (**prodotti di largo consumo confezionato + peso variabile**) registra un trend positivo e in lieve accelerazione rispetto al mese scorso (+0,8%).
L'andamento è determinato dall'incremento del trend inflazionistico dei prezzi dei Prodotti a Peso Variabile, che arriva quasi a triplicare il dato del mese precedente, mentre i prodotti del LCC riducono in maniere quasi impercettibile il loro trend inflazionistico rispetto a luglio.
- Soffermanto l'analisi sui prodotti di LCC e osservando **la variazione dei prezzi a parità assortimentale**, ad **agosto 2017** risulta in calo rispetto al mese precedente.

- **La pressione promozionale complessiva** nel mese di **agosto 2017**, nell'ambito dei punti vendita della GDO (**iper + super**), evidenzia un calo rispetto a quanto registrato nello stesso periodo dell'anno prima: **29,3%** contro il 29,8% del corrispondente mese del 2016.
La variazione dell'incidenza promozionale, rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, evidenzia una flessione per entrambi i formati. Gli **iper** a 32,4% (in calo dello 0,7%) e i **super** a 28,5% (in calo dello 0,4%). In calo dello 0,3% anche il divario tra le due formule distributive.
- Ad **agosto 2017** il peso della **Marca del distributore (MDD)** risulta in lieve aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente sul complesso delle vendite della GDO, mostrando infatti una crescita dello 0,4% con un'incidenza del **18,7%**.
Come rilevato per la MDD, anche le Altre Marche aumentano dello 0,4% (passando quindi dal 33,9% al 34,3%) e le Marche Follower dello 0,1% (passando dal 24,1% al 24,2%). Diversamente le Marche Leader diminuiscono dello 0,9% (passando dal 23,7% al 22,8%).
- Dalle più recenti indicazioni sui **Consumi Non Alimentari** emerge un quadro differente a seconda delle categorie merceologiche.
Nel **3° bimestre del 2017** il mercato degli **Elettrodomestici** (comprese anche le vendite on line), diversamente da quanto evidenziato nel corso del bimestre scorso, registra **volumi e valori** negativi (rispettivamente **-2,0%** e **-3,5%**).
Il comparto dell'informazione (comprese anche le vendite on line) registra nel **3° bimestre 2017** valori negativi per le **quantità veicolate (-11,6%)** e valori positivi per i **fatturati (+1,1%)**.
Nel **2° trimestre 2017** il mercato complessivo del **Tessile – Abbigliamento** presenta **valori e volumi** negativi (rispettivamente a **-0,6%** e **-0,2%**).
I risultati del mese di **luglio 2017** mostrano andamenti negativi per quasi tutti i gruppi merceologici considerati. Le uniche performance positive, ma sotto il punto percentuale, riguardano infatti le categorie Utensileria e Ferramenta e Gioiellerie e Orologeria mentre ancora una volta le criticità maggiori riguardano il comparto Cartolerie e Giornali (-1,1%).

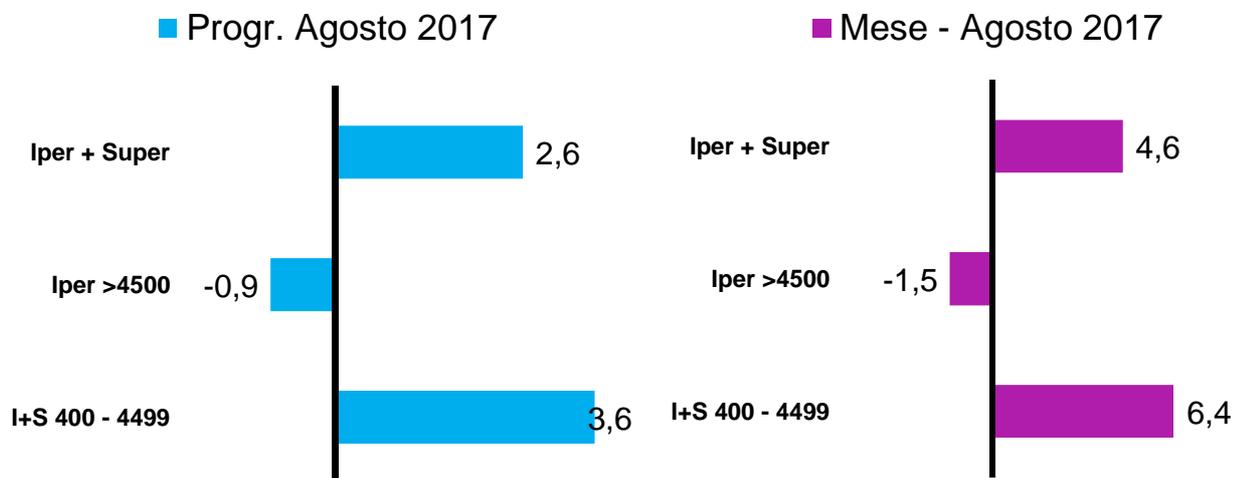
LE VENDITE

Nel mese di **agosto 2017** le vendite di iper e super registrano un andamento positivo **(+4,6%)** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Nonostante il dato generale positivo le vendite dei format di grandi dimensioni (iper>4.500 mq) continuano a registrare un calo (-1,5%) mentre performance positive significative vengono registrate ancora una volta dai punti vendita di minori dimensioni (+6,4%).

Se consideriamo il montante dell'anno il dato si attesta comunque positivo (+2,6%) e, come accaduto nel mese di riferimento, le uniche performance positive riguardano i punti vendita di minori dimensioni.

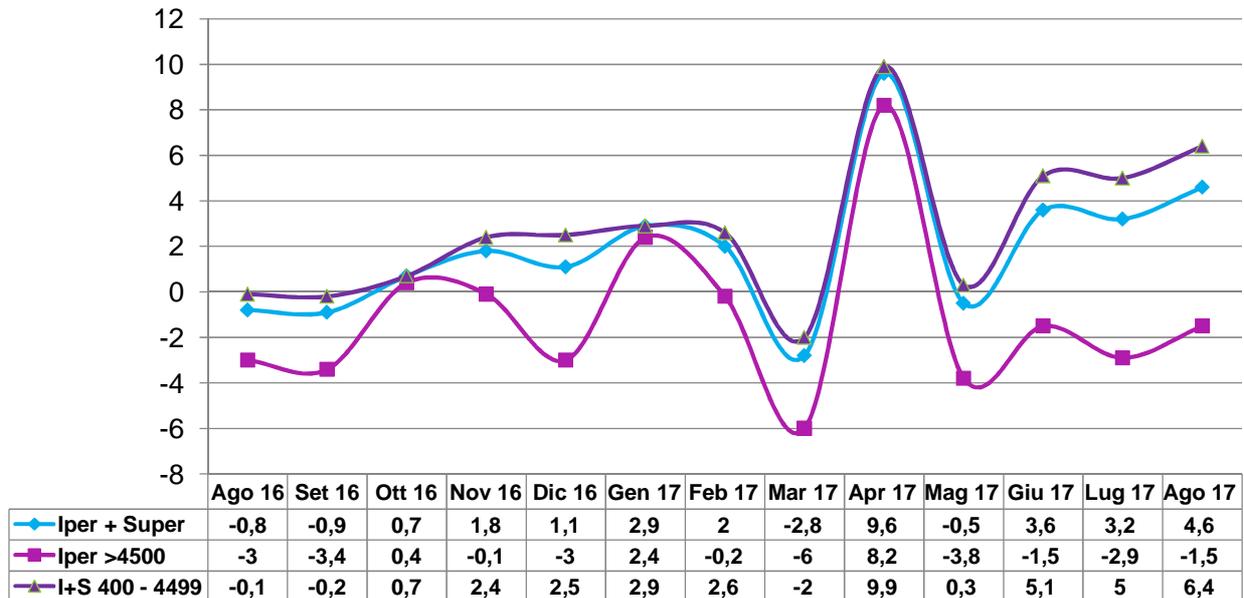
I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

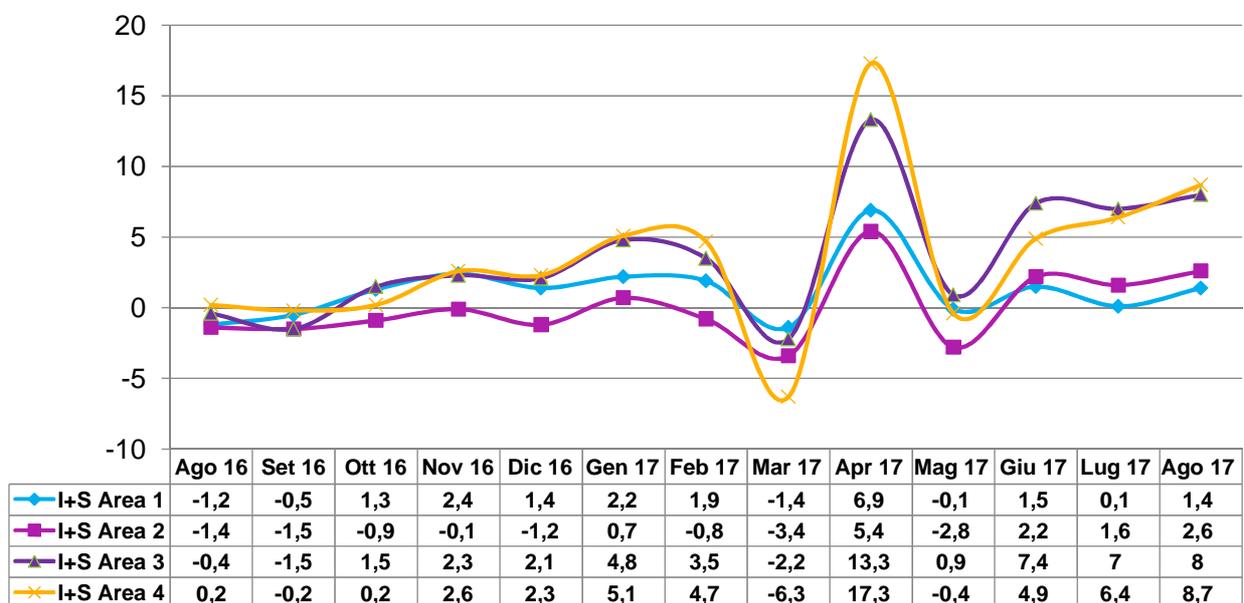


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

Ad **agosto 2017** tutte le aree geografiche evidenziano trend positivi. Il dato migliore riguarda il **Sud** (+8,7%); a seguire troviamo il **Centro** (+8,0%) il **Nord-Ovest** (+2,6%) e il **Nord-Est** (+1,4%).

I TREND – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

L'andamento complessivo del fatturato di **agosto 2017 (+4,6%)** è il risultato di trend differenti, ma prevalentemente positivi, per le singole merceologie considerate.

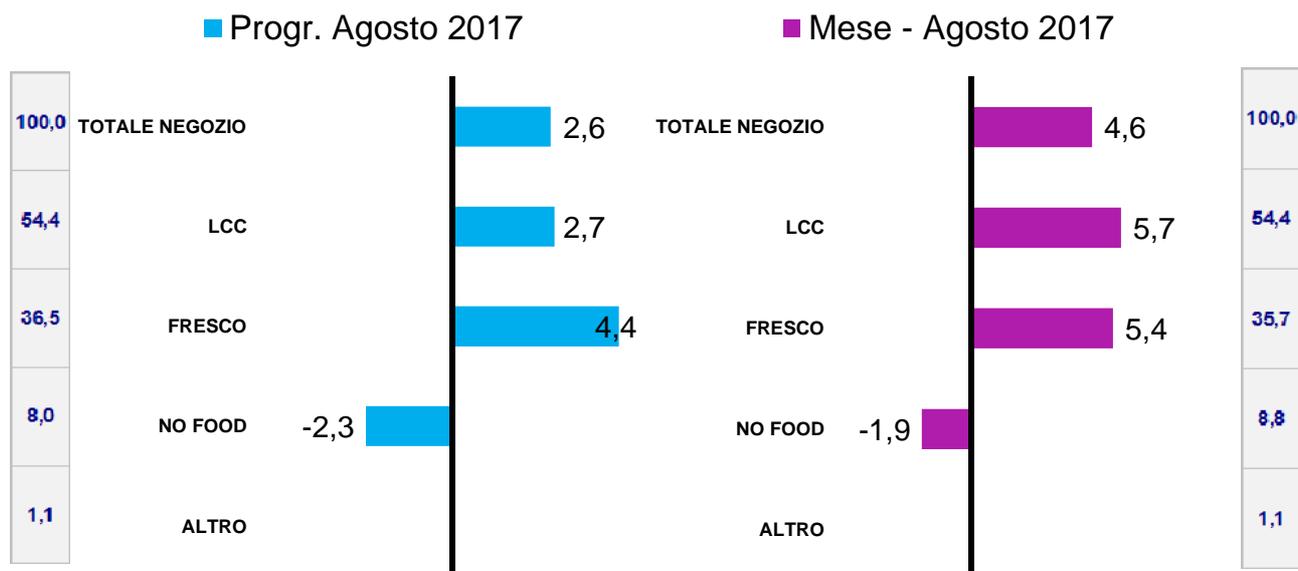
Le performance migliori riguardano il trend dei Prodotti di Largo Consumo Confezionato (+5,7%), che rappresentano il 54,4% del fatturato complessivo, e a seguire i Prodotti freschi a Peso Variabile (+5,4%). L'unico trend negativo riguarda invece il "non food" (-1,9%).

Ad **agosto 2017**, rispetto allo stesso mese del 2016, tra i prodotti non alimentari si sono registrati andamenti in calo per le vendite di quasi tutti i comparti. In particolare, nel Bazar Leggero (-1,6%) le uniche categorie con un trend positivo sono Gioiellerie e Bigiotterie, Sport e Tempo Libero e Giardinaggio mentre il risultato peggiore riguarda ancora una volta il comparto Ascolto e Visione. Nel Bazar Pesante (-5,8%) l'unica categoria che registra valori positivi è Fotografia e Ottica. Positivo ancora una volta solo il comparto Tessile (+0,9%), che registra trend in calo solo nella categoria dell'abbigliamento.

I dati del montante 2017 dei singoli formati mostrano tendenze allineate rispetto ai trend mensili, seppure con intensità differenti.

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

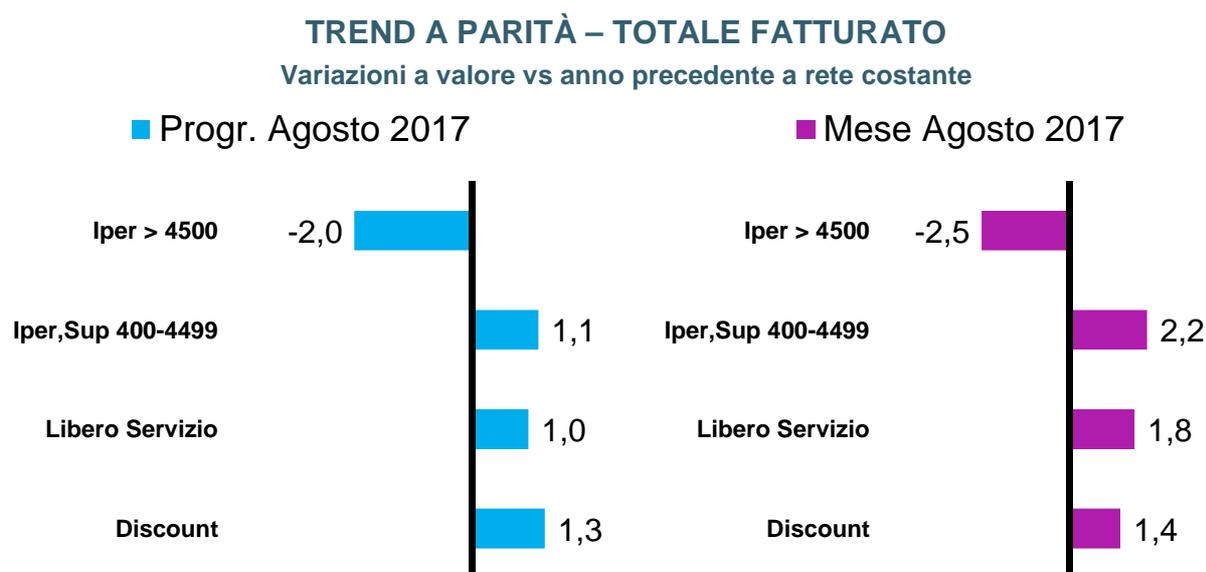


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

Se si considera il dato di **variazione a rete costante**, ad **agosto 2017** emergono trend differenti, ma prevalentemente positivi, per le singole formule distributive.

Le performance migliori riguardano i Super (+2,2%) e a seguire il Libero Servizio (+1,8%) e i Discount (+1,4%) mentre l'unico trend negativo riguarda gli Ipermercati di maggiori dimensioni (>4.500 mq) (-2,5%).

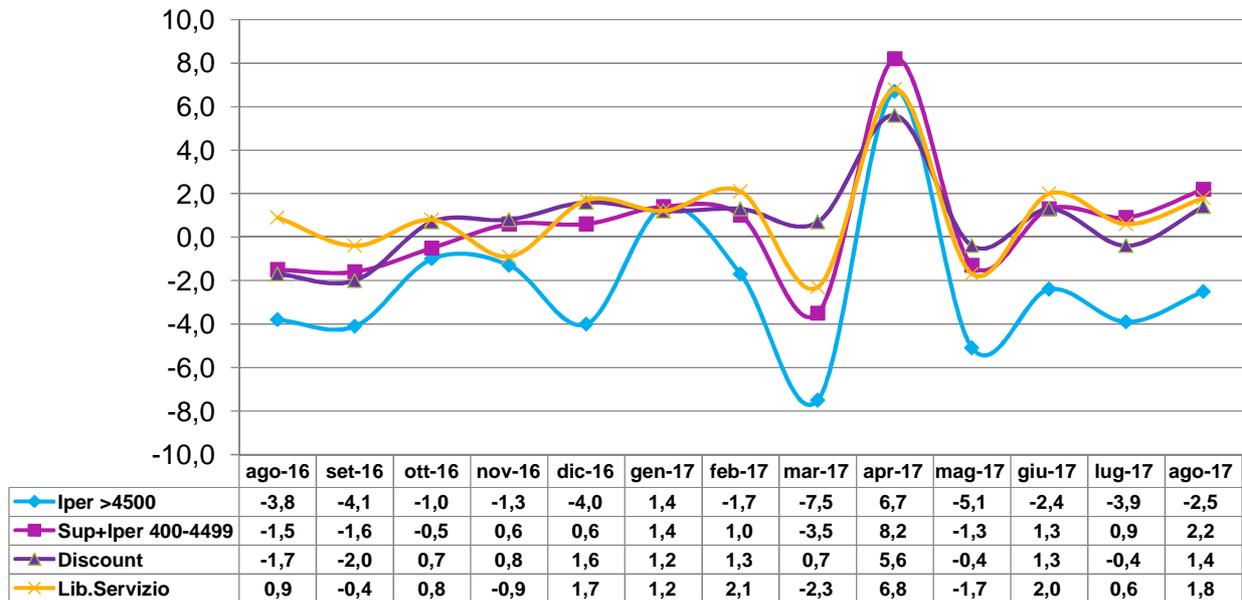
I dati del montante 2017 dei singoli formati mostrano tendenze allineate rispetto ai trend mensili, seppure con intensità differenti.



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante

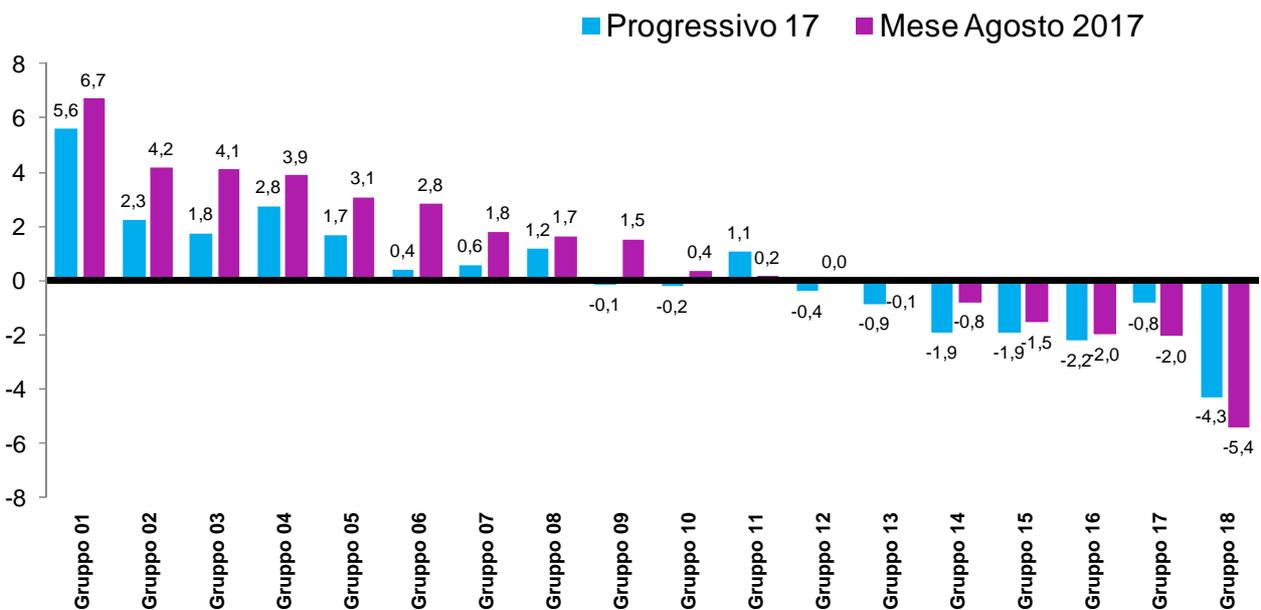


Fonte: Nielsen Like4Like 10000

Nella graduatoria dei gruppi della GDO, in base alle vendite a parità di rete, nel mese di **agosto 2017** 11 gruppi registrano performance positive e un gruppo risulta stabile. Il gruppo che registra l'andamento migliore del mese di agosto è lo stesso che registra il dato migliore in termini di montante così come il gruppo che evidenzia le maggiori difficoltà in termini di montante corrisponde al gruppo con il risultato mensile peggiore.

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO PER GRUPPO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



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

Passando ad esaminare i **prodotti grocery**, nel mese di **agosto 2017** emerge un andamento positivo sia per quanto riguarda i valori (+4,6%) sia per quanto riguarda i volumi (+4,0%).

Con riferimento alle vendite per formato, si registrano trend differenti. Le criticità maggiori vengono registrate ancora una volta dal Libero Servizio (-2,1% i valori e -3,0% i volumi), che non riesce ad essere competitivo con i format che garantiscono offerte migliori attraverso promozioni periodiche o politiche di every day low price. Ancora una volta i Super registrano l'unica performance positiva (+7,4% i valori e +7,0% i volumi). Per gli Iper di maggiori dimensioni si registrano invece valori quasi stabili a +0,1% e volumi leggermente negativi a -0,4%.

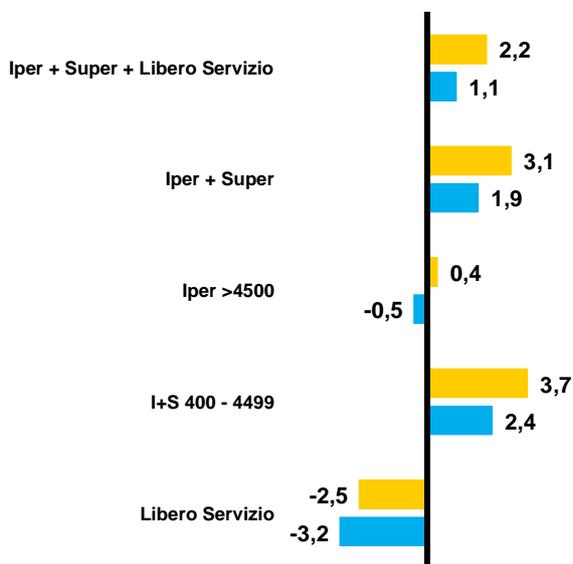
Il montante del 2017 registra trend abbastanza allineati rispetto al dato mensile, anche se con intensità differenti.

I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

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

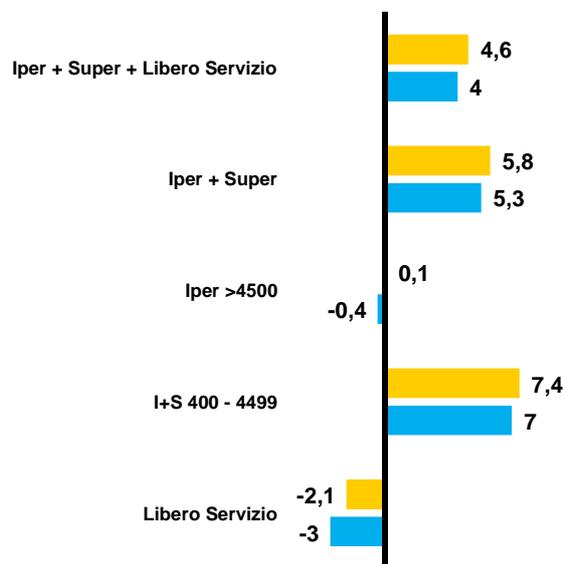
■ Valori ■ Volumi*

■ Valori ■ Volumi*



Progr. Agosto 2017

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



Mese - Agosto 2017

*Trend Vendite a prezzi costanti

I PREZZI

Ad **agosto 2017** l'indicatore del “**carrello della spesa**” (**prodotti di largo consumo confezionato + peso variabile**) registra un trend positivo e in lieve aumento rispetto al mese scorso (+0,8%).

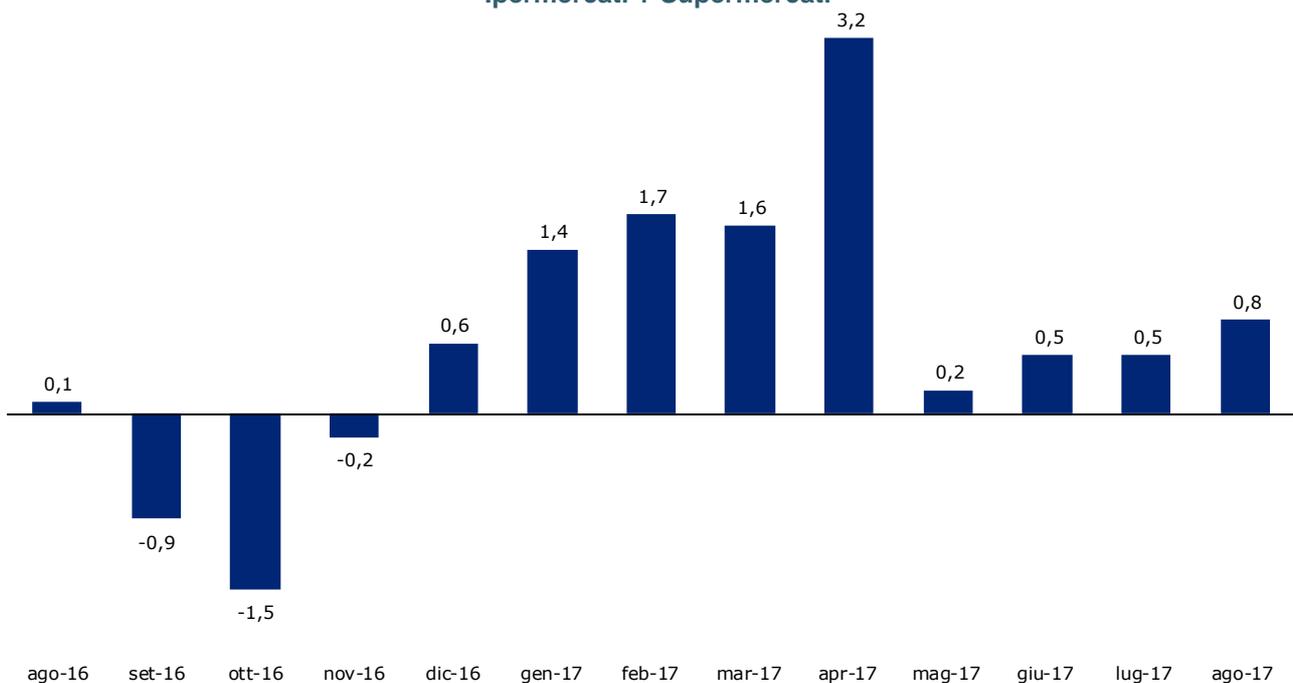
L'andamento è determinato dall'incremento del trend inflazionistico dei prezzi dei Prodotti a Peso Variabile, che arriva quasi a triplicare il dato del mese precedente, mentre i prodotti del LCC riducono in maniere quasi impercettibile il loro trend inflazionistico rispetto a luglio.

Analizzando i singoli comparti dei prodotti a Peso Variabile si registrano andamenti inflazionistici per la maggior parte delle categorie.

I trend migliori riguardano i prezzi del Pesce e della Carne (entrambi a +3,6%) mentre a seguire troviamo i prezzi dei Salumi (+2,9%) e dei Formaggi (+1,1%). Negativi invece i trend dei comparti Frutta (-2,9%) e Verdura (-0,3%).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

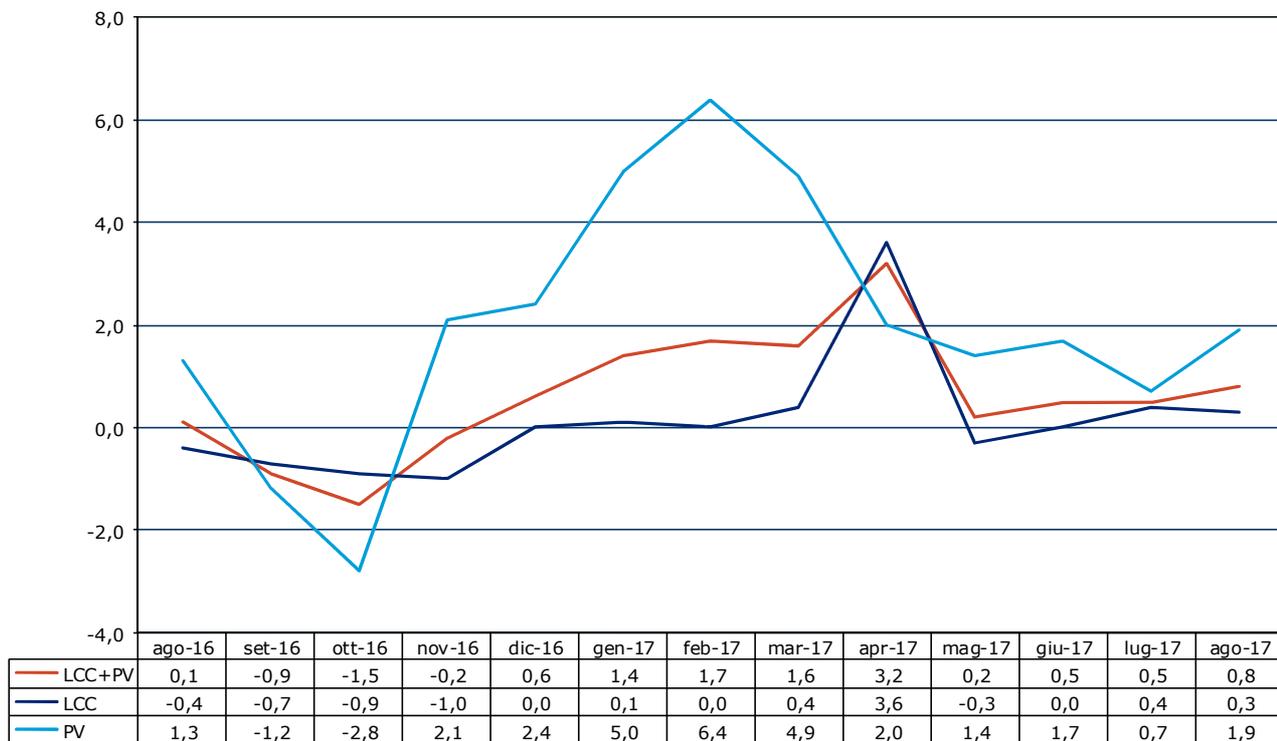
Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

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

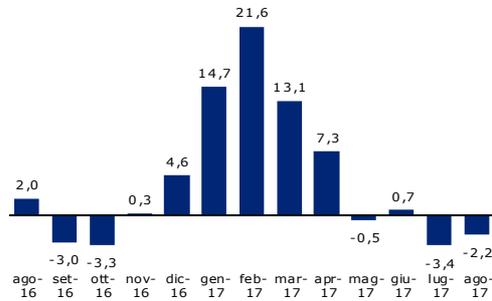


Fonte: IRI Infoscan

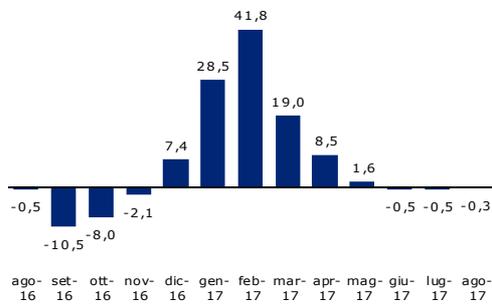
Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

PRODOTTI A PESO VARIABILE
Ipermercati + Supermercati

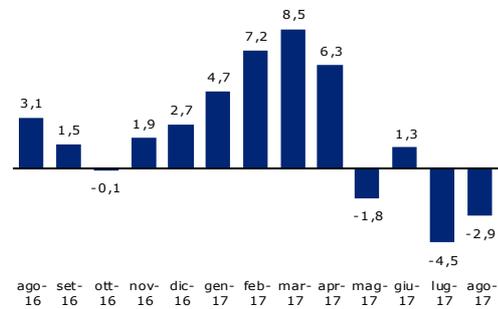
ORTOFRUTTA PV



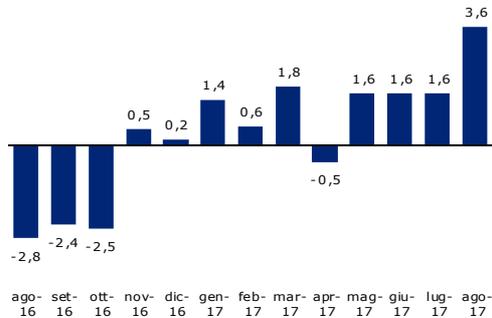
VERDURA PV



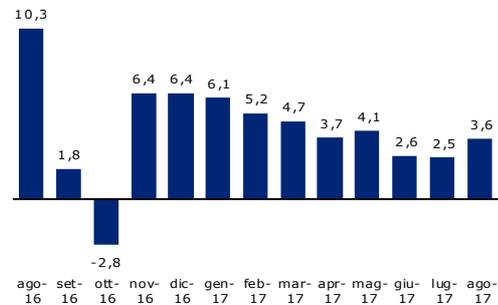
FRUTTA PV



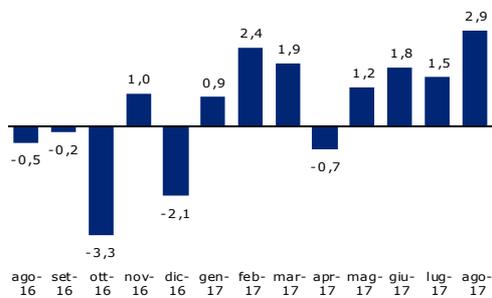
CARNE PV



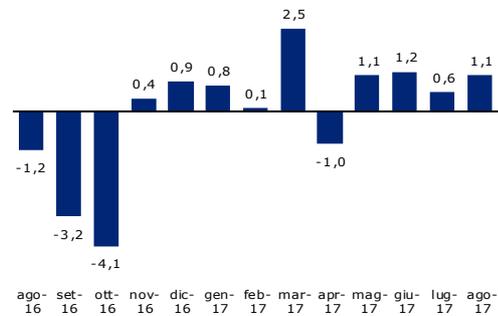
PESCE PV



SALUMI PV



FORMAGGI PV



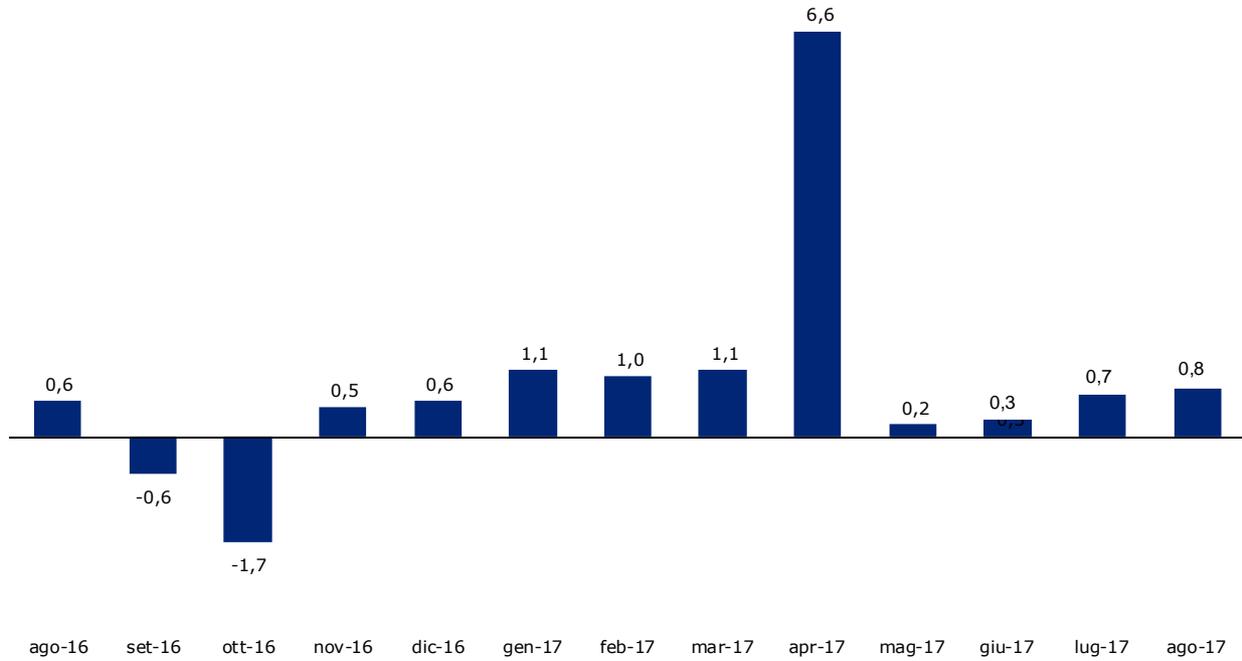
Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

A livello di formula distributiva, ad **agosto 2017** gli **ipermercati** registrano un trend positivo (+0,8%), in crescita minima rispetto al mese precedente. L'andamento è determinato da una crescita significativa del trend inflazionistico dei Prodotti a Peso Variabile, che triplicano il valore rispetto al mese precedente, che attenua la lieve riduzione del trend inflazionistico dei prodotti del LCC.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati

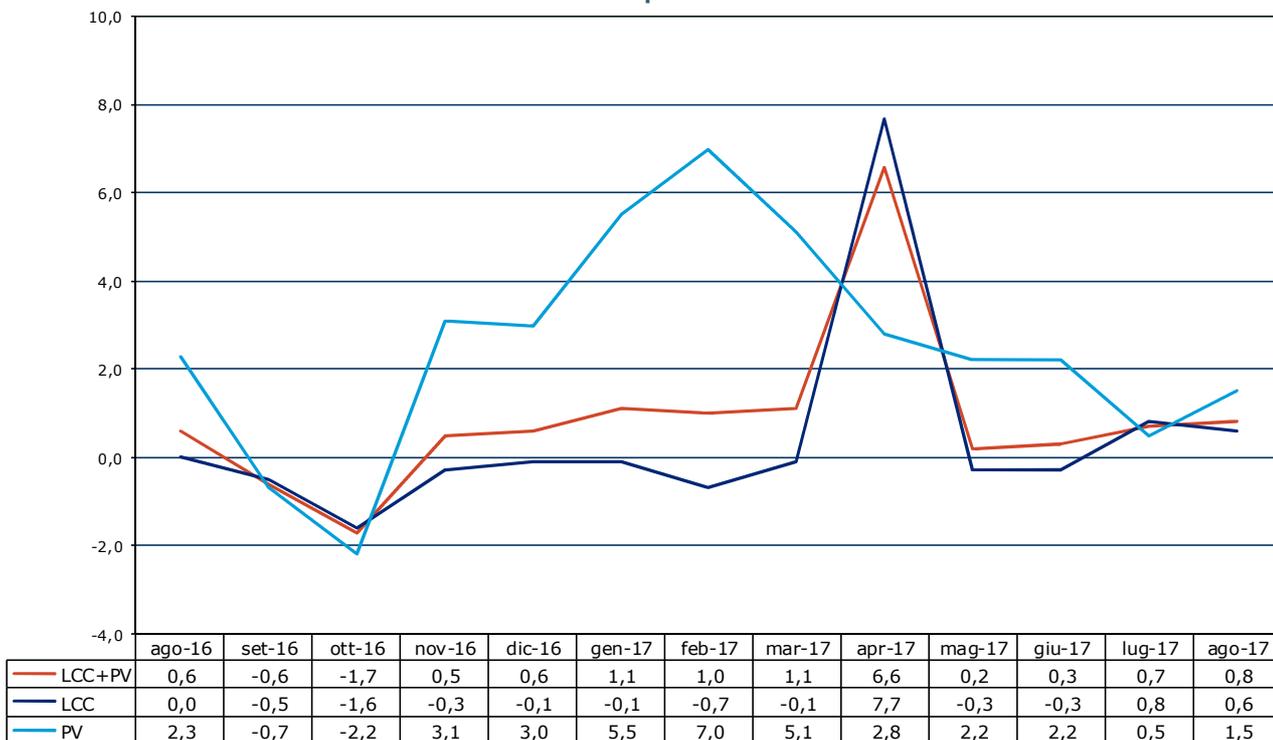


Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati

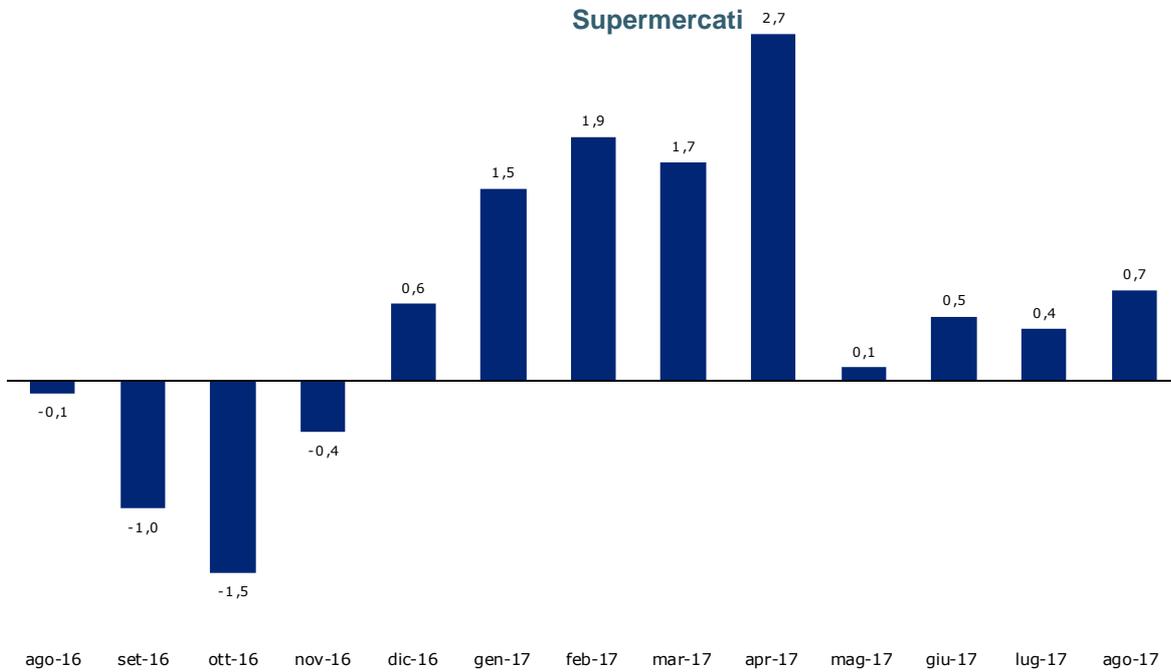


Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

I **supermercati** evidenziano ad **agosto 2017** una tendenza inflazionistica positiva (+0,7%), in crescita rispetto al mese precedente. L'andamento è determinato da una crescita significativa del trend inflazionistico dei Prodotti a Peso Variabile, che arrivano quasi a triplicare il valore rispetto al mese precedente.

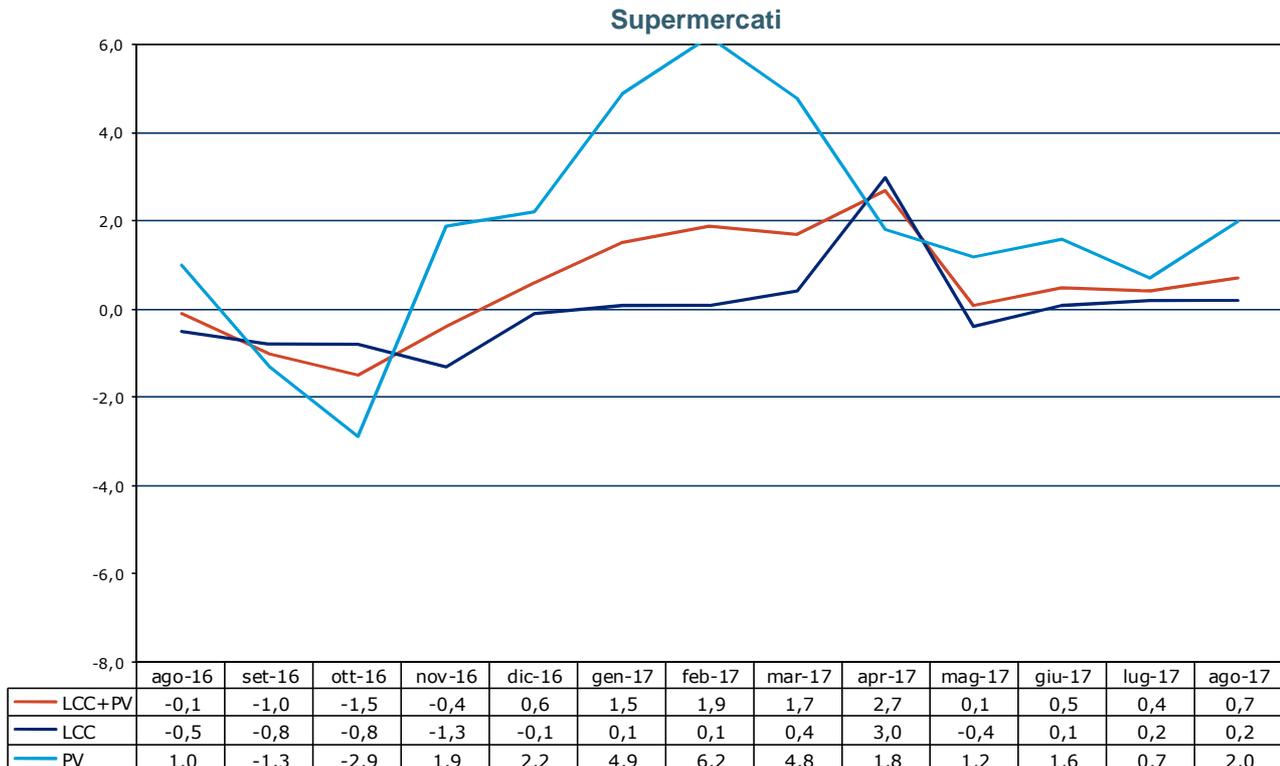
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE



Fonte: IRI Infoscán

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE



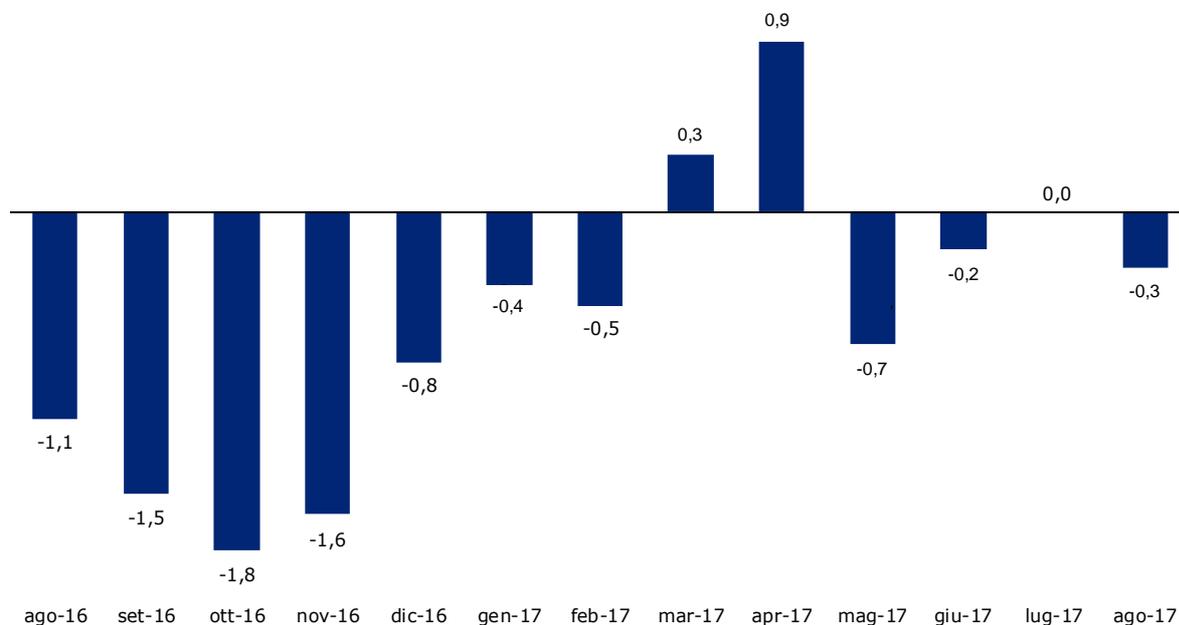
Fonte: IRI Infoscán

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

Soffermando l'analisi sui prodotti di LCC e osservando **la variazione dei prezzi a parità assortimentale**, ad **agosto 2017** risulta in calo rispetto mese precedente.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

La dinamica dei prezzi nei comparti del LCC, messa in luce dall'osservatorio, evidenzia ad **agosto 2017** andamenti leggermente negativi ma vicini alla stabilità per le singole realtà distributive. Si registrano, infatti, nell'ordine i seguenti trend: Ipermercati -0,5%, Superette -0,4% e Supermercati -0,3%.

Il trend dei prezzi a livello di iper e super mostra andamenti differenti per i singoli comparti del LCC. I trend negativi riguardano i comparti Ortofrutta (-3,1%), Cura della casa (-1,2%) e Cura della persona (-1,0%) mentre il trend positivo migliore riguarda il Fresco (+2,2%).

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA

Ipermercati + Supermercati

LCC – Comparti (Agosto 2017 vs Agosto 2016)

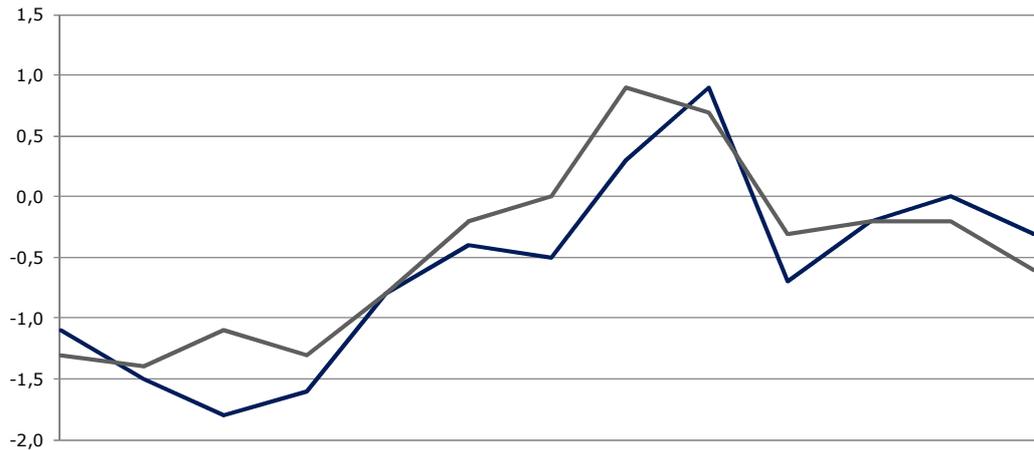
Fresco	+2,2%
Ortofrutta	-3,1%
Drogheria alimentare	+0,7%
Freddo	+0,2%
Bevande	+0,2%
Petfood + Petcare	+0,5%
Cura casa	-1,2%
Cura persona	-1,0%

Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC, nel mese di **agosto 2017** i prezzi nelle aziende associate a **Federdistribuzione** aumentano la deflazione rispetto al mese scorso (-0,6%). In lieve deflazione anche il mercato complessivo della Distribuzione Moderna, con un trend però dimezzato rispetto alle aziende associate a Federdistribuzione.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO
Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



	ago-16	set-16	ott-16	nov-16	dic-16	gen-17	feb-17	mar-17	mar-17	apr-17	mag-17	giu-17	lug-17	ago-17
— Totale Italia IS	-1,1	-1,5	-1,8	-1,6	-0,8	-0,4	-0,5	0,3	0,9	-0,7	0,3	-0,2	0,0	-0,3
— Federdistribuzione Italia IS	-1,3	-1,4	-1,1	-1,3	-0,8	-0,2	0	0,9	0,7	-0,3	0,9	-0,2	-0,2	-0,6

Fonte: IRI Infoscan

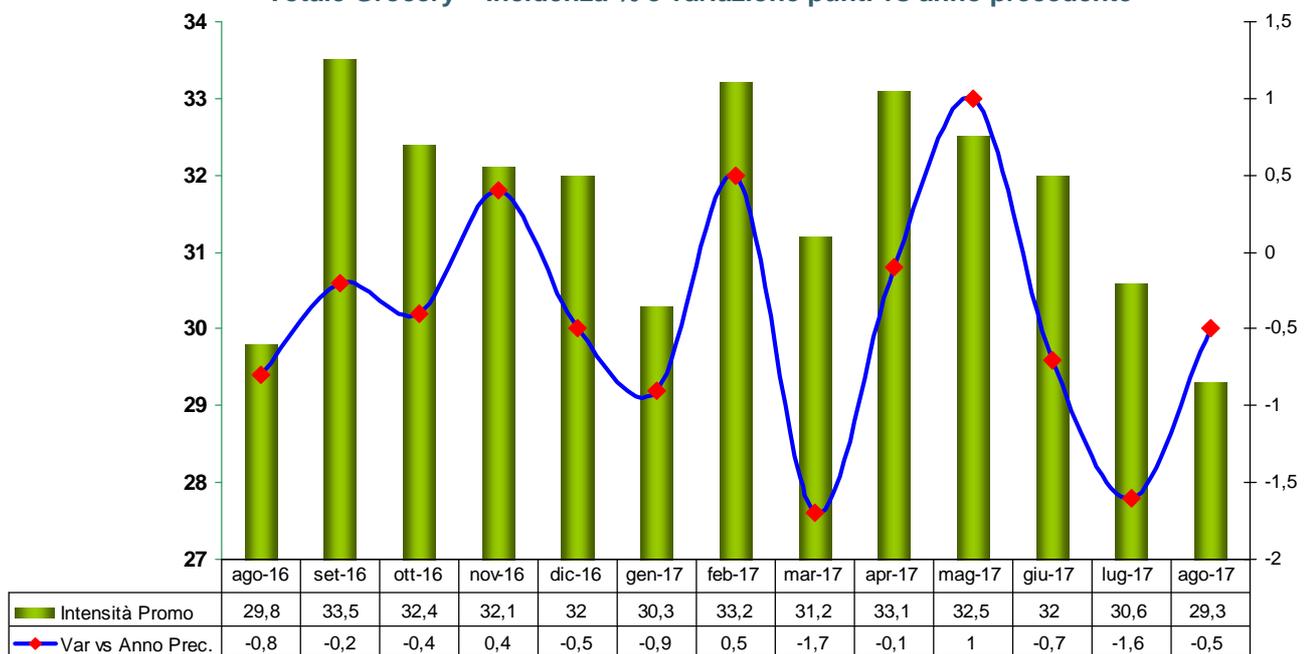
Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

LE PROMOZIONI

La pressione promozionale complessiva nel mese di **agosto 2017**, nell'ambito dei punti vendita della GDO (**iper + super**), evidenzia un calo rispetto a quanto registrato nello stesso periodo dell'anno prima: **29,3%** contro il 29,8% del corrispondente mese del 2016.

La variazione dell'incidenza promozionale, rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, evidenzia una flessione per entrambi i formati. Gli **iper** a 32,4% (in calo dello 0,7%) e i **super** a 28,5% (in calo dello 0,4%). In calo dello 0,3% anche il divario tra le due formule distributive.

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 -

	2015-2016					2016-2017				
	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago
Iper > 4.500 mq.	37,5	35,7	35,5	35,7	33,1	35,3	36,6	35,7	33,9	32,4
Super 400 – 4.499 mq.	32,1	30,4	31,9	31,3	28,9	31,0	30,9	31,0	29,8	28,5

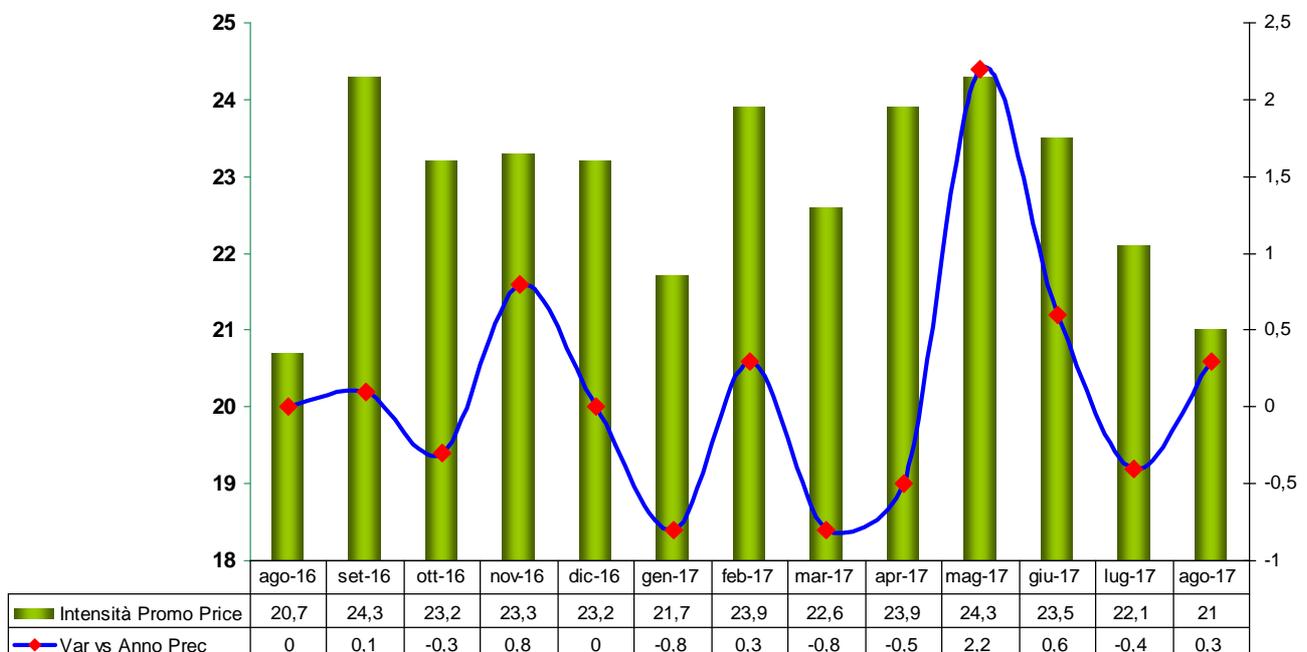
Fonte: Nielsen Trade*Mis

Le **promozioni di prezzo**, che sono più direttamente attribuibili alla Distribuzione, sempre a livello di **iper e super**, si attestano al **21,0%**, in calo rispetto al mese precedente ma in lieve aumento rispetto allo stesso mese del 2016.

I dati rilevati nel corso dell'anno mostrano in generale come, in un contesto economico particolarmente difficile come quello attuale, l'intervento sui prezzi risulti sempre più determinante nelle scelte di marketing delle insegne della Moderna Distribuzione.

Il peso delle promozioni di prezzo nell'ambito del grocery si conferma prevalente ed è pari al 73,1% del totale (in cui sono comprese anche le operazioni legate alla leva della comunicazione in punto vendita); si tratta di un dato superiore rispetto a quanto registrato nello stesso mese del 2016 (+71,6%).

EVOLUZIONE DELLA LEVA PROMOZIONALE DI PREZZO (IPER + SUPER) Totale Grocery – Incidenza % e variazione punti vs anno precedente



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

Ad **agosto 2017** il peso della **Marca del distributore (MDD)** risulta in lieve aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente sul complesso delle vendite della GDO, mostrando infatti una crescita dello 0,4% con un'incidenza del **18,7%**.

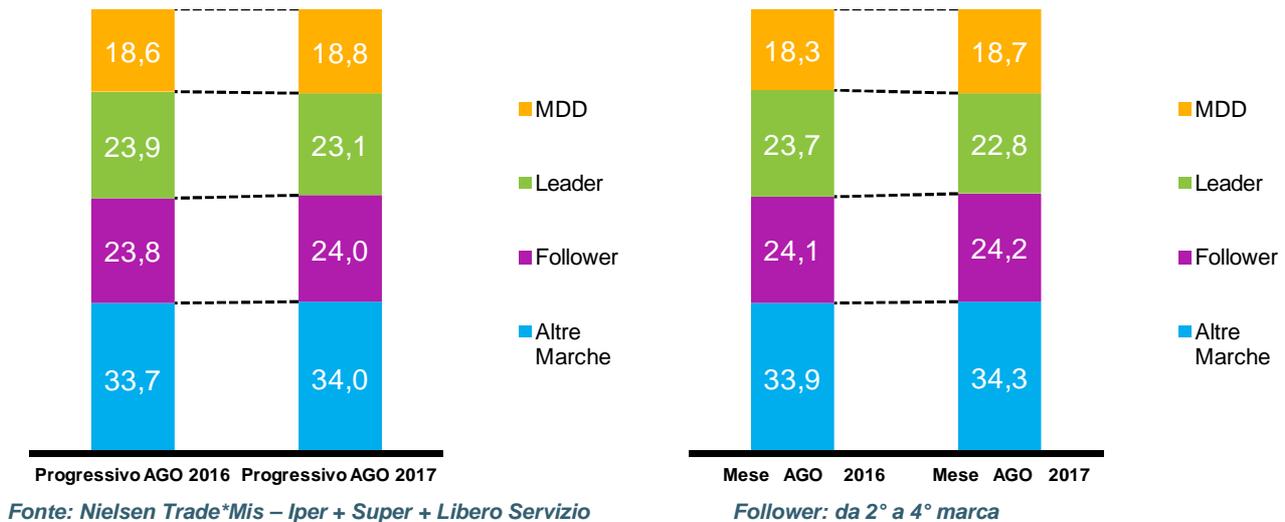
Come rilevato per la MDD, le Altre Marche aumentano dello 0,4% (passando quindi dal 33,9% al 34,3%) e le Marche Follower dello 0,1% (passando dal 24,1% al 24,2%).

Diversamente le Marche Leader diminuiscono dello 0,9% (passando dal 23,7% al 22,8%).

Per le vendite dei prodotti Grocery MDD si evidenzia nel mese di agosto, rispetto al mese corrispondente del 2017, una variazione percentuale positiva (+6,6%).

Il montante appare allineato con il dato di agosto, seppure con trend che evidenziano intensità differenti rispetto al dato mensile.

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



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



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

MERCATI NON FOOD

Nel **2° trimestre 2017** il mercato complessivo del **Tessile – Abbigliamento** presenta **valori e volumi** negativi (rispettivamente a -0,6% e -0,2%).

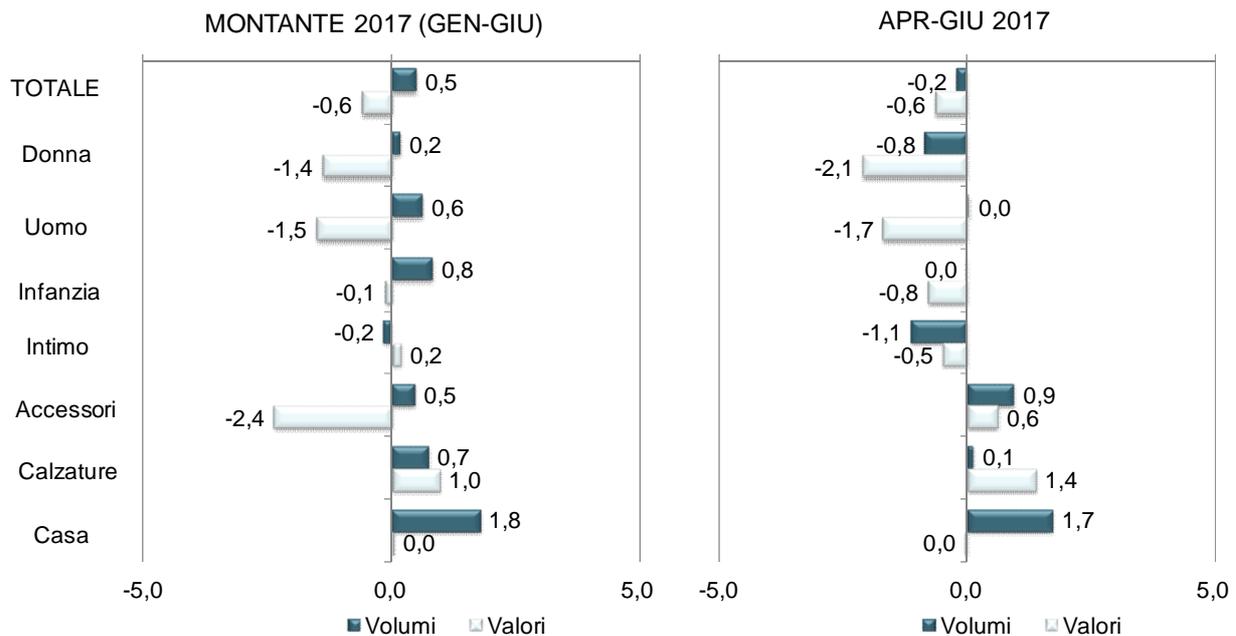
Analizzando i singoli comparti emergono nel trimestre di riferimento trend differenti.

In particolare, i trend positivi riguardano calzature (+1,4% i valori e +0,1% i volumi), accessori (+0,6% i valori e +0,9% i volumi) e tessile (valori stabili e +1,7% i volumi) mentre le criticità maggiori riguardano l'abbigliamento donna (-2,1% i valori e -0,8% i volumi) e a seguire l'intimo (-0,5 i valori e -1,1% i volumi).

Valori negativi e volumi stabili infine per abbigliamento uomo e prodotti per l'infanzia.

Il 1° semestre del mercato totale del tessile - abbigliamento appare in molti casi disallineato rispetto al dato dell'ultimo trimestre di riferimento, grazie ai segnali di ripresa che alcuni comparti avevano evidenziato nel corso del primo trimestre dell'anno.

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



Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

La **Distribuzione Moderna** (Ipermercati e Supermercati, Grandi Magazzini, Catene di Abbigliamento) presenta nel **2° trimestre 2017** trend differenti rispetto al mercato totale, a conferma che i consumatori preferiscono rivolgersi a questi canali di vendita. La Distribuzione moderna evidenzia, infatti, un andamento positivo sia per i **valori (+0,7%)** sia per i **volumi (+2,0%)**.

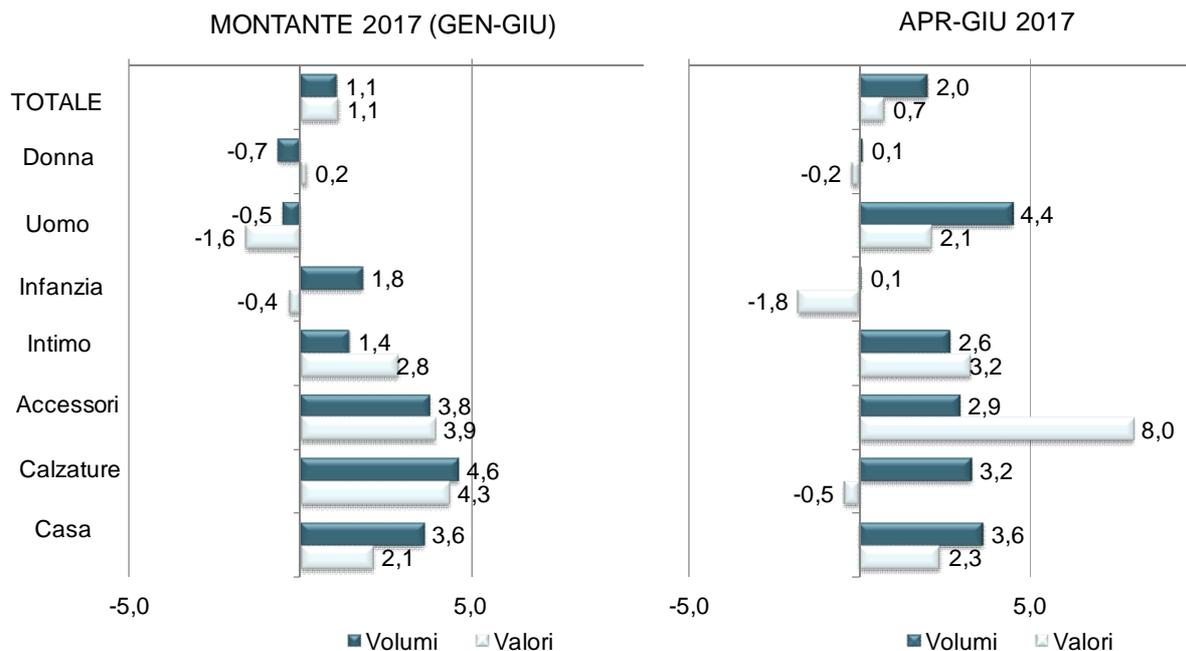
Analizzando i singoli comparti emergono quasi esclusivamente trend positivi, seppure con intensità differenti.

Troviamo, infatti, gli accessori (+8,0% i valori e +2,9% i volumi), l'abbigliamento uomo (+2,1% i valori e +4,4% i volumi), il tessile (+2,3% i valori e +3,6% i volumi) e l'intimo (+3,2% i valori e +2,6% i volumi). Abbigliamento donna, prodotti per l'infanzia e calzature registrano invece valori negativi e volumi positivi o vicini alla stabilità.

Il 1° semestre del mercato totale del tessile – abbigliamento nella distribuzione moderna registra segnali di ripresa maggiori rispetto al mercato totale, confermando quanto emerso già nel corso del 2016.

TREND CONSUMI NON FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO

Var % tendenziale – Ipermercati, Grandi magazzini, Catene specializzate



Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

Nel **3° bimestre** del **2017** il mercato degli **Elettrodomestici** (comprese anche le vendite on line), diversamente da quanto evidenziato nel corso del bimestre scorso, registra **volumi e valori** negativi (rispettivamente **-2,0%** e **-3,5%**).

Analizzando i singoli comparti emergono trend differenti.

Il comparto più piccolo, ovvero quello degli impianti di condizionamento, registra il dato migliore del bimestre (+16,1% i volumi e +8,4% i valori) invertendo il calo del bimestre scorso. Il dato è dovuto ad un maggio caratterizzato da un caldo estivo precoce nell'ultimo scorcio del mese e da un giugno con temperature superiori alle medie stagionali. L'altro dato positivo del bimestre riguarda gli elettrodomestici bianchi (+3,4% i volumi e +0,5% i valori), sempre grazie ai benefici fiscali per l'acquisto dei prodotti a risparmio energetico.

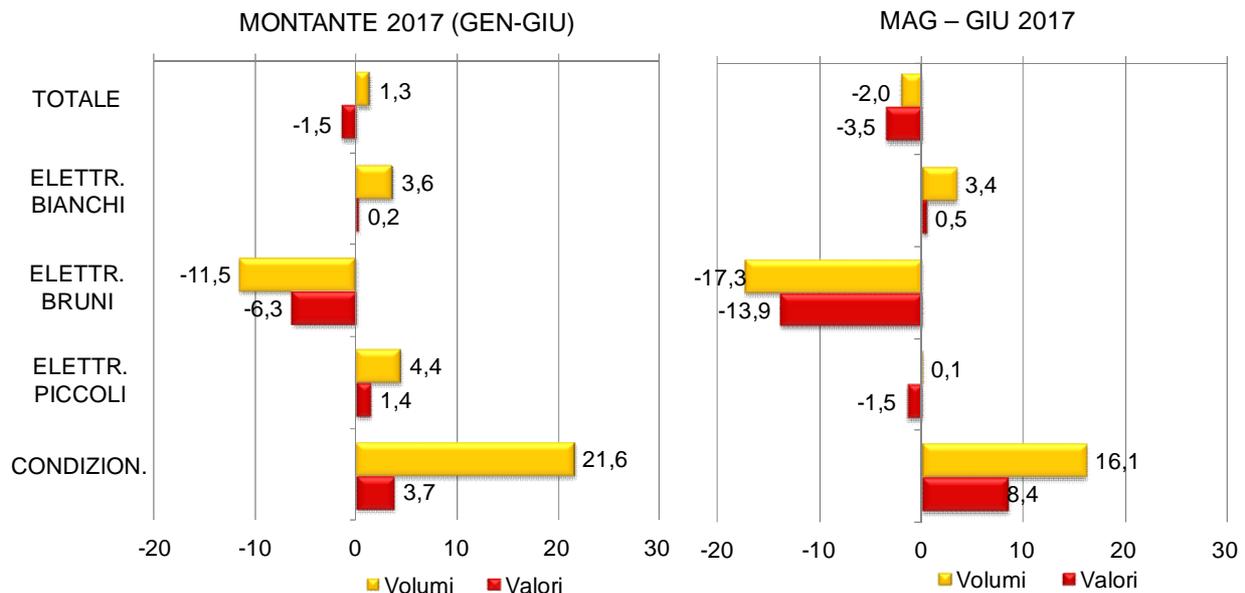
Ancora una volta le criticità maggiori vengono registrate dagli elettrodomestici bruni (-17,3% i volumi e -13,9% i valori).

Chiudono il mercato il comparto dei piccoli elettrodomestici (+0,1% i volumi e -1,5% i valori).

Il primo semestre del 2017 evidenzia per i singoli comparti, ad eccezione dei piccoli elettrodomestici, trend abbastanza allineati al bimestre, seppure con intensità differenti; diversamente dall'ultimo dato disponibile i volumi del mercato complessivo risultano positivi grazie alle performance positive di inizio anno.

TREND CONSUMI NON FOOD – ELETTRODOMESTICI

Var % tendenziale – Totale Mercato



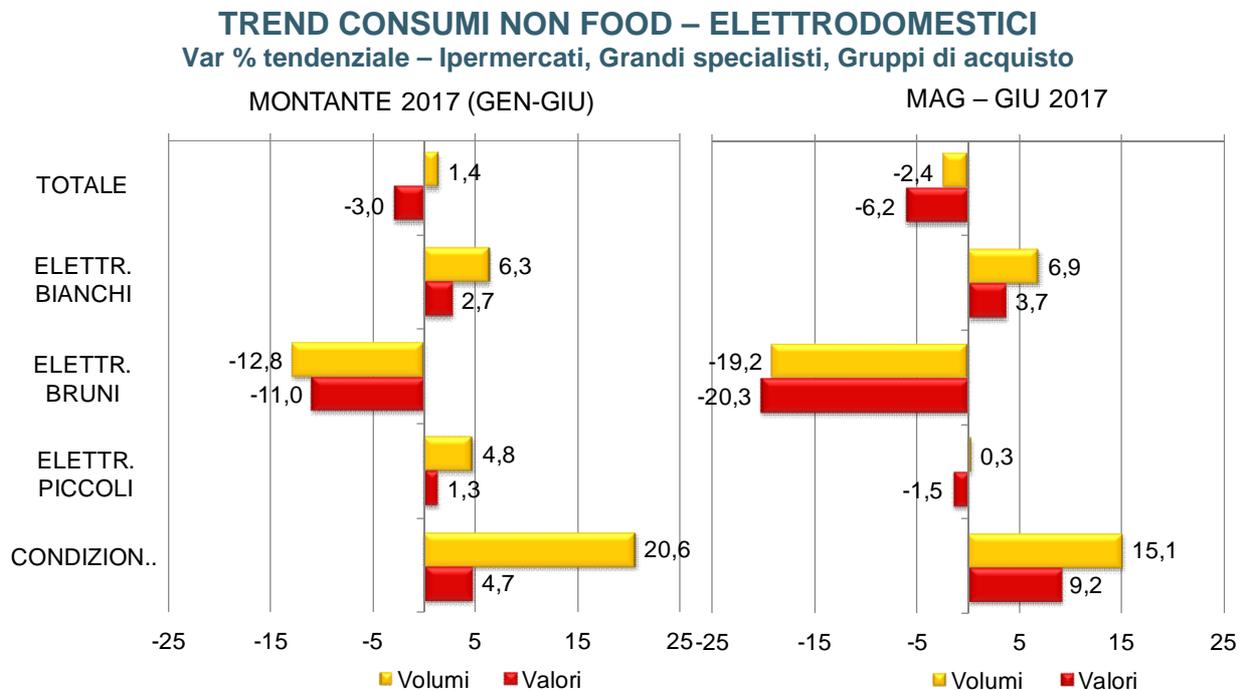
Fonte: Elaborazioni Trade Lag da fonte GFK– Rilevazione bimestrale

Facendo riferimento alle vendite di **Elettrodomestici** della **Distribuzione Moderna**, nel **3° bimestre del 2017** si osservano risultati abbastanza allineati con il totale del mercato, seppure con intensità differenti, con **volumi e valori negativi (rispettivamente a -2,4% e -6,2%)**.

Come accaduto nel totale mercato il risultato migliore riguarda anche nella Distribuzione Moderna il comparto più piccolo ovvero quello degli impianti di condizionamento (volumi +15,1% e valori +9,2%), grazie al caldo estivo precoce di fine maggio e alle temperature di giugno al di sopra delle medie stagionali.

In linea con il totale del mercato anche tutti gli altri comparti, con gli elettrodomestici bruni che registrano il dato peggiore del periodo (volumi -19,2% e valori -20,3%).

Come accaduto nel mercato totale anche il primo semestre del 2017 della Distribuzione Moderna evidenzia per i singoli comparti, ad eccezione dei piccoli elettrodomestici, trend abbastanza allineati al bimestre, seppure con intensità differenti, e volumi complessivi del mercato positivi grazie alle performance di inizio anno.



Fonte: Elaborazioni Trade Lag da fonte GFK- Rilevazione bimestrale

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

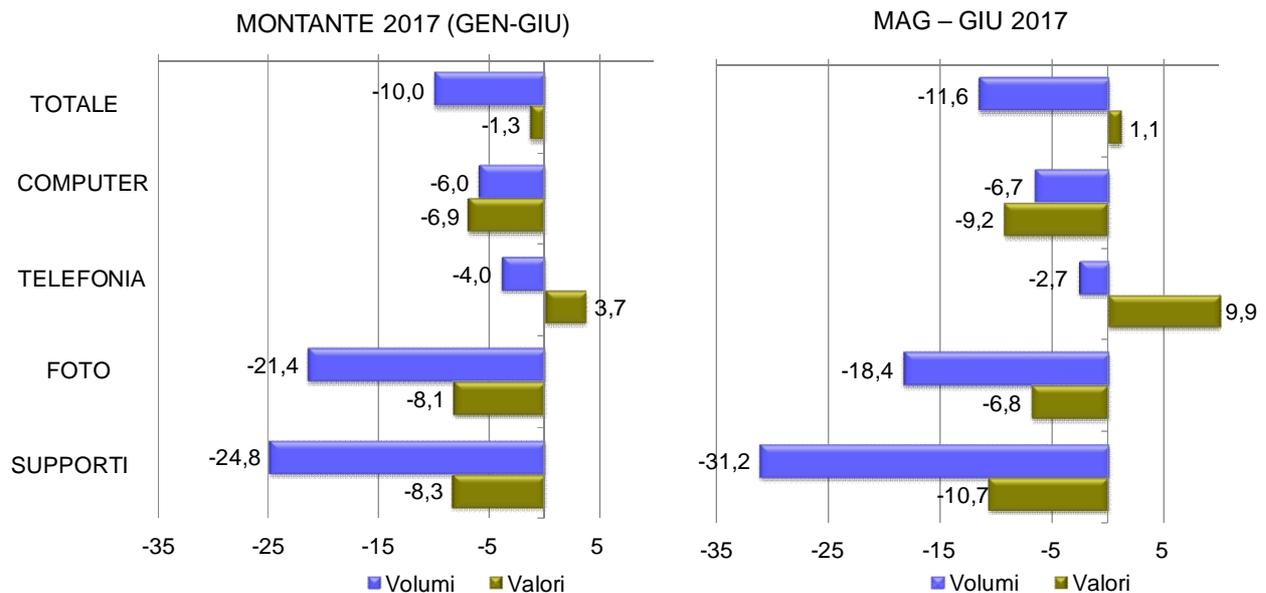
Il comparto dell'informazione (comprese anche le vendite on line) registra nel **3° bimestre 2017** valori negativi per le **quantità veicolate (-11,6%)** e valori positivi per i **fatturati (+1,1%)**.

Continuano sia le difficoltà sempre più evidenti, del comparto storage (-31,2% i volumi e -10,7% i valori) e del comparto foto (-18,4% i volumi e -6,8% i valori), sia le difficoltà più recenti per l'informatica (-6,7% i volumi e -9,2% i valori).

Diversamente da quanto registrato nel corso del bimestre precedente, la telefonia registra questa volta volumi negativi (-2,7%) e valori positivi (+9,9%), evidenziando un incremento dei prezzi medi di oltre 12 punti percentuali.

Il primo semestre del 2017 non evidenzia quindi cambiamenti positivi rispetto all'anno precedente per il comparto informatica ed evidenzia per i singoli comparti trend abbastanza allineati al bimestre, seppure con intensità differenti.

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

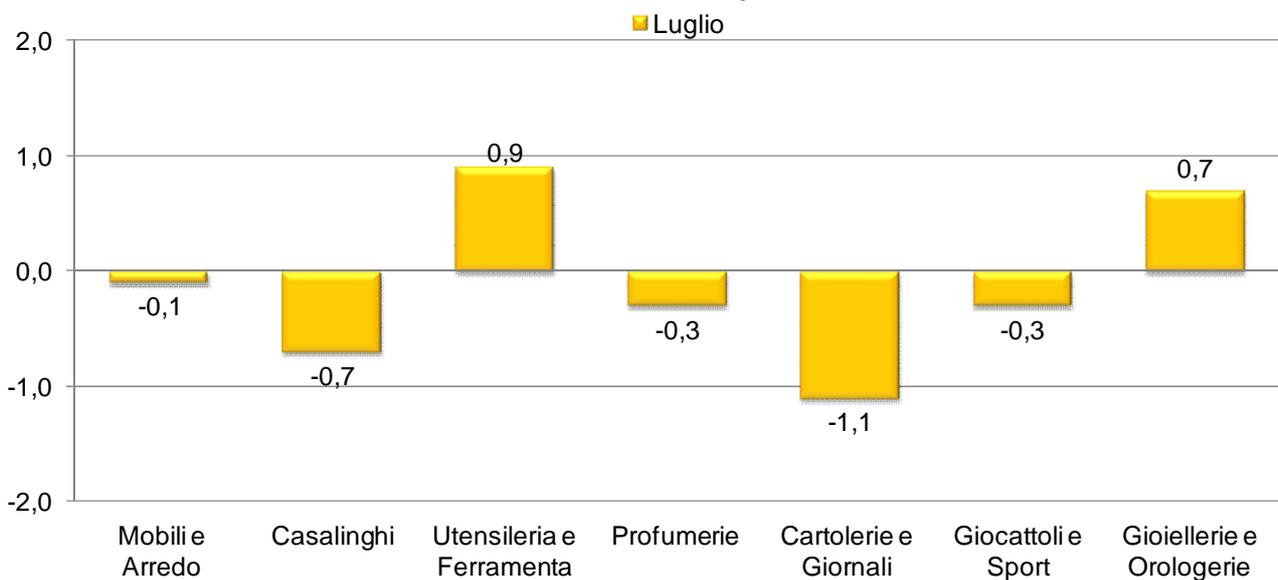


Fonte: Elaborazioni Trade Lag da fonte GFK- Rilevazione bimestrale

L'indice del **Valore delle Vendite del Commercio Fisso al Dettaglio**, calcolato mensilmente dall'Istat, fornisce un'indicazione dell'andamento dei mercati per i comparti merceologici non rilevati da panel. Non vengono considerati nel trend alcuni canali alternativi come vendite a distanza, vendite porta a porta, vending machine, internet, vendite dirette del produttore e del grossista ambulanti, per questo motivo può scostarsi dal totale dei consumi famigliari.

I risultati del mese di **luglio 2017** mostrano andamenti negativi per quasi tutti i gruppi merceologici considerati. Le uniche performance positive, ma sotto il punto percentuale, riguardano infatti le categorie Utensileria e Ferramenta e Gioiellerie e Orologeria mentre ancora una volta le criticità maggiori riguardano il comparto Cartolerie e Giornali (-1,1%).

TREND CONSUMI NON FOOD – ALTRI COMPARTI
Var % tendenziale – Valori a prezzi correnti



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**

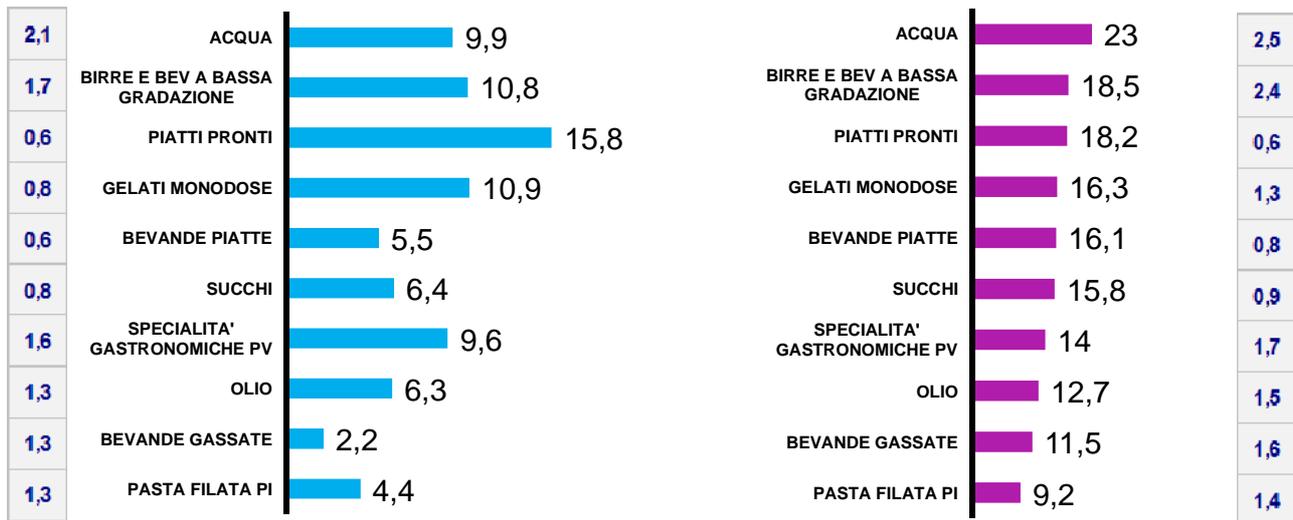
1. Famiglie a tot. fatturato

INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

■ Progr. Agosto 2017

■ Mese - Agosto 2017



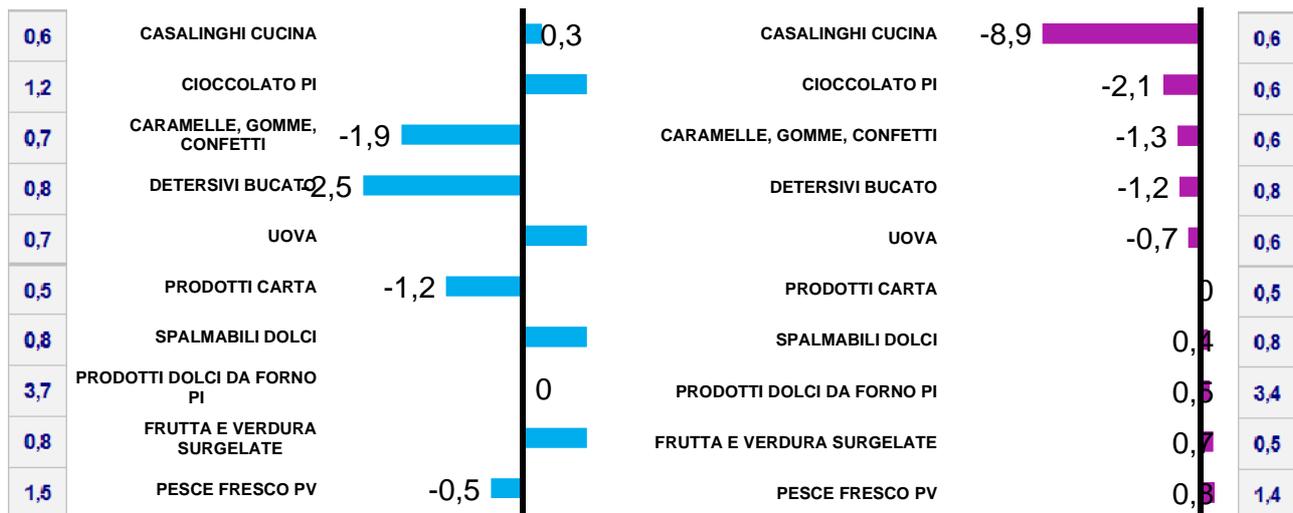
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

■ Progr. Agosto 2017

■ Mese - Agosto 2017

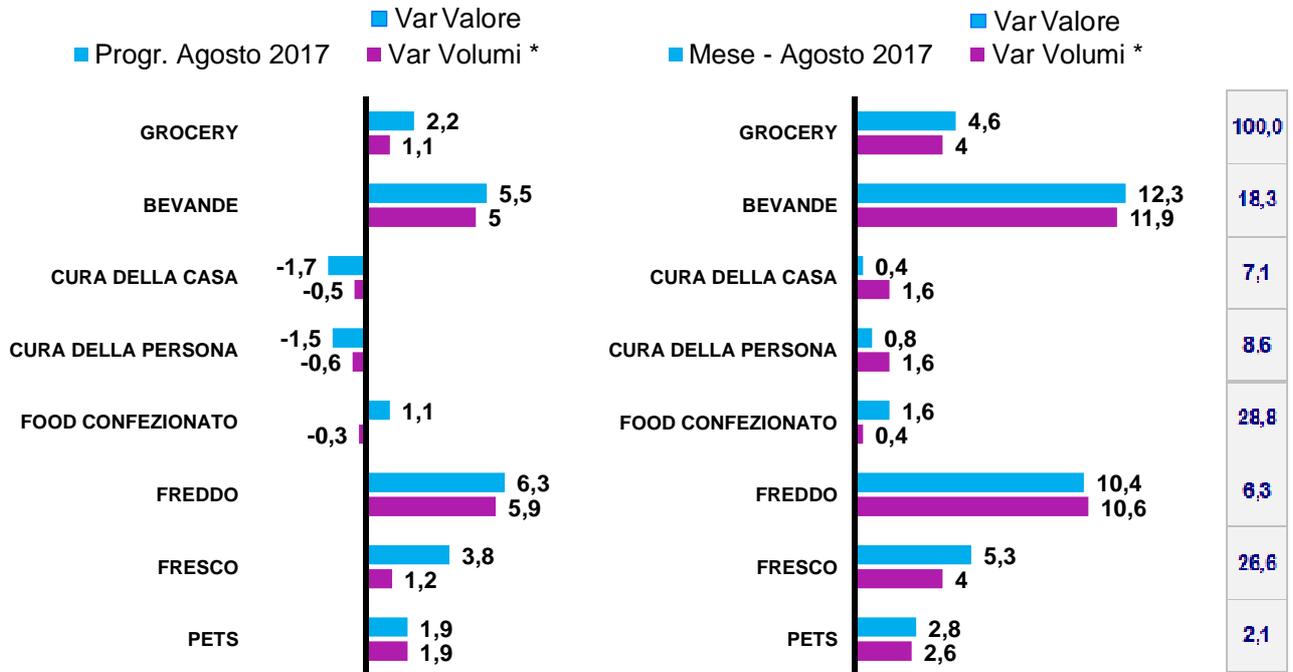


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

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



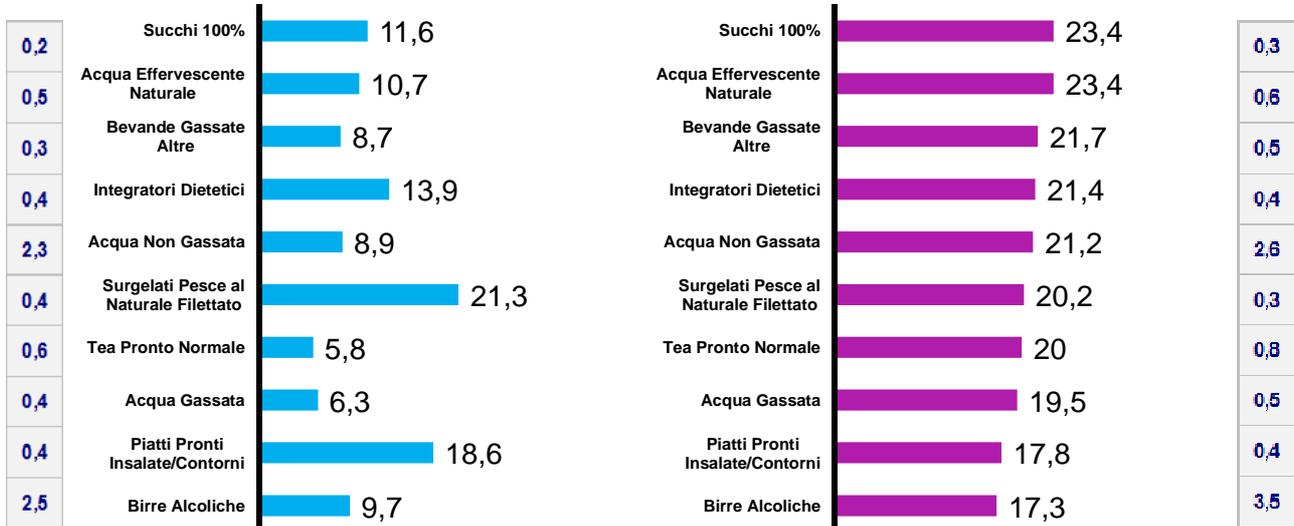
Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE
Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente

■ Progr. Agosto 2017

■ Mese - Agosto 2017

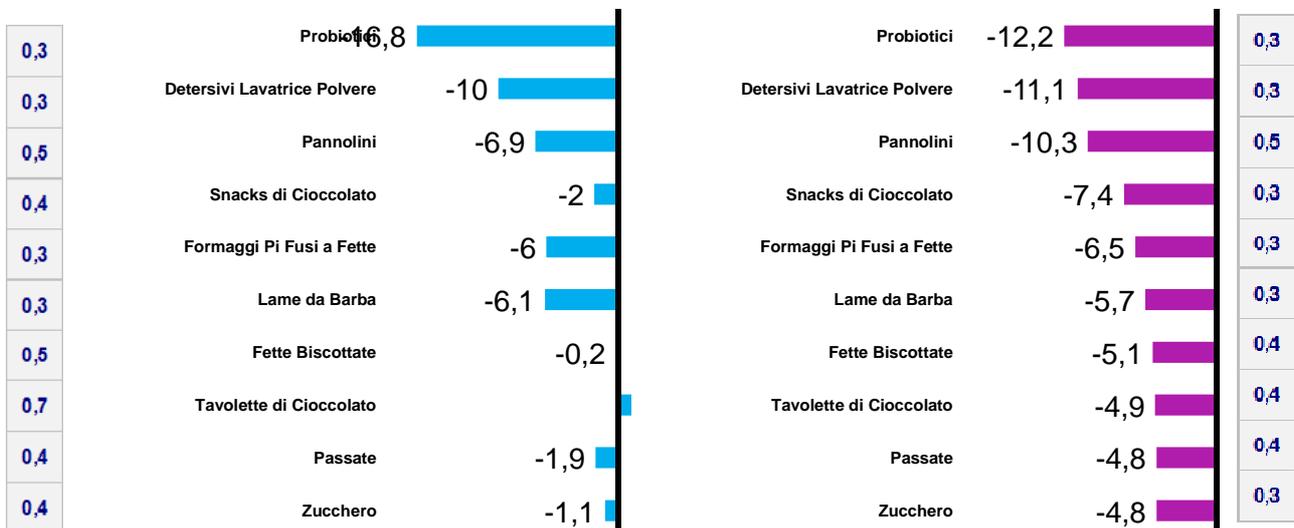


Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0,2%)

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE
Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente

■ Progr. Agosto 2017

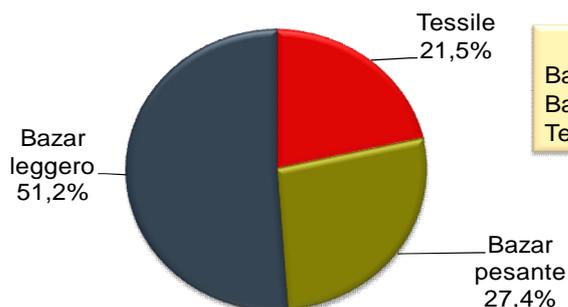
■ Mese - Agosto 2017



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 – Agosto 2017

INCIDENZA % V. VALORE NON FOOD SU TOTALE NEGOZIO	8,0%
VENDITE VALORE NON FOOD	3.475,04 mln di €
INCIDENZA % SU V. VALORE NON FOOD	



Trend % valore	
Bazar leggero	-1,6%
Bazar pesante	-5,8%
Tessile	+0,9%

	Progressivo Anno Corrente		
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	43.507.122.432,0	2,6	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	39.558.878.880,0	3,4	90,9
NON FOOD	3.475.041.480,0	-2,3	8,0
BAZAR LEGGERO	1.777.714.764,0	-1,6	4,1
GIOCHI E TEMPO LIBERO	231.100.068,0	-2,5	0,5
CASALINGHI	484.135.494,0	-1,0	1,1
FAI DA TE	173.960.166,8	-5,6	0,4
LIBRI E GIORNALI	183.340.236,0	-4,4	0,4
GIARDINAGGIO	242.790.298,0	2,3	0,6
CANCELLERIA	166.920.180,5	-4,9	0,4
VEICOLI A MOTORE	114.248.913,5	-1,7	0,3
SPORT E TEMPO LIBERO	136.221.104,0	4,7	0,3
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	13.379.042,0	52,1	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	8.098.314,9	-1,6	0,0
ASCOLTO E VISIONE	23.520.936,8	-15,8	0,1
BAZAR PESANTE	950.831.748,0	-5,8	2,2
ELETTR.BRUNI	202.083.339,5	-16,6	0,5
TELEFONIA	361.128.624,0	-3,2	0,8
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	162.121.953,0	-0,1	0,4
CASA	93.430.125,1	-4,4	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	59.097.639,1	4,0	0,1
ELETTR.BIANCHI	70.542.386,1	-4,1	0,2
ELETTRONICA	841.606,4	-49,7	0,0
UFFICIO-CASA	1.586.071,8	-5,3	0,0
TESSILE	746.494.978,0	0,9	1,7
ABBIGLIAMENTO	479.678.161,0	-0,7	1,1
TESSILE CASA	152.745.558,5	6,3	0,4
CALZATURE PELLETERIA	114.071.261,0	0,7	0,3
ALTRO	473.202.066,0	-16,7	1,1

FontFonte: Nielsen