
**DISTRIBUZIONE MODERNA
ORGANIZZATA:**

La dinamica del mercato

Maggio 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

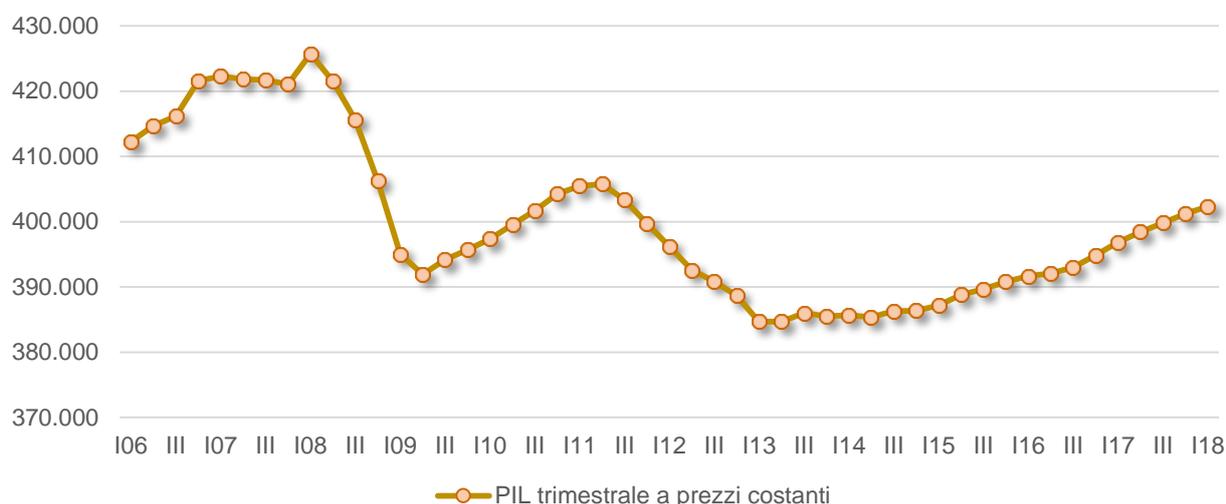
La diffusione da parte dell'Istat dei dati sui conti economici trimestrali conferma un assestamento della crescita dell'economia italiana su tassi di incremento più contenuti rispetto a quelli registrati nel primo semestre del 2017, lasciando ventilare il rischio che il Paese freni a riconcorsa appena 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%

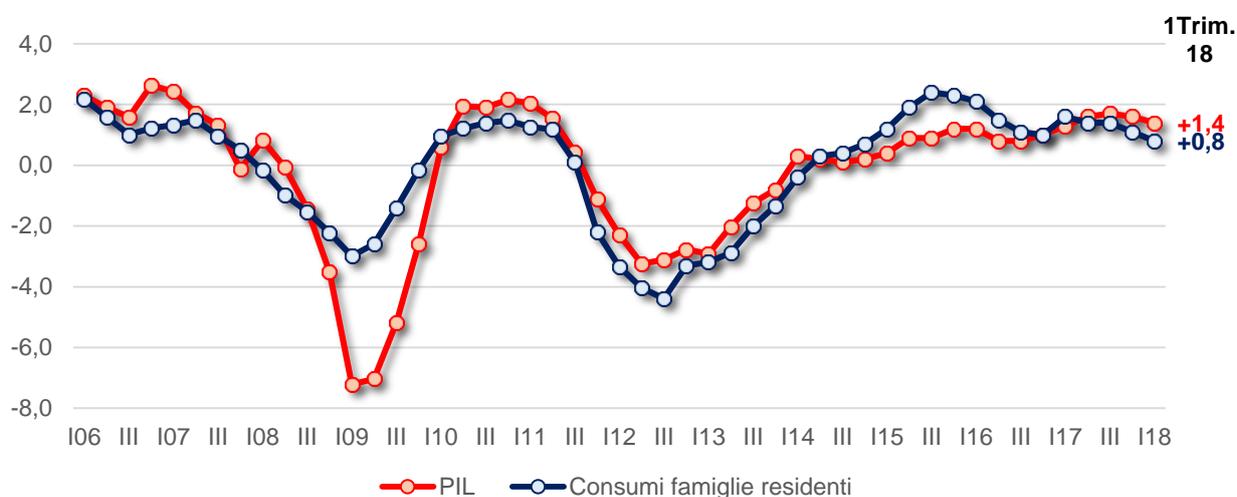
Fonte: Istat – Eurostat – Destatis – INSEE – ONS – INE – OCSE

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

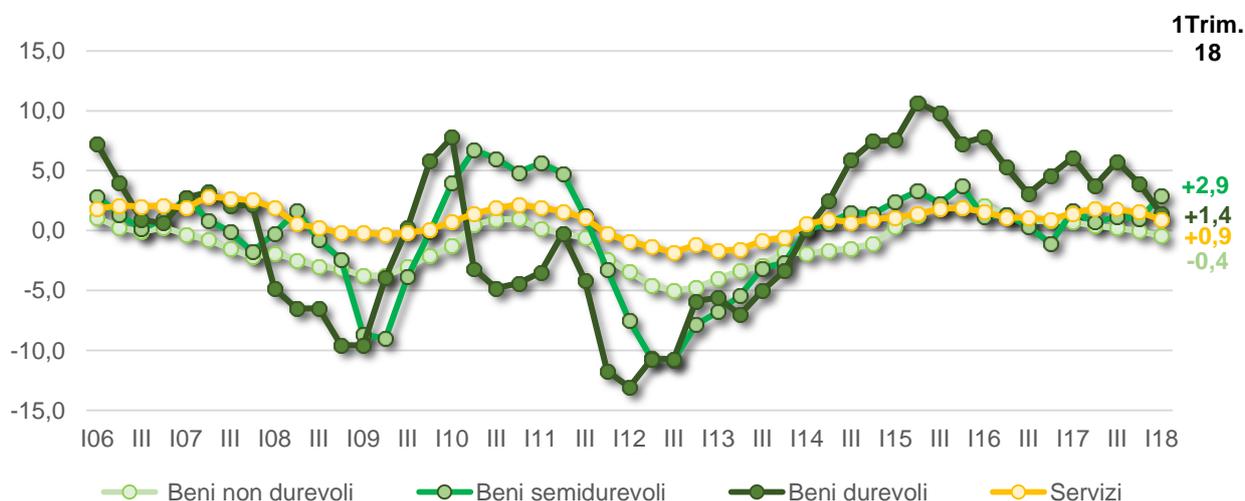
PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



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%).

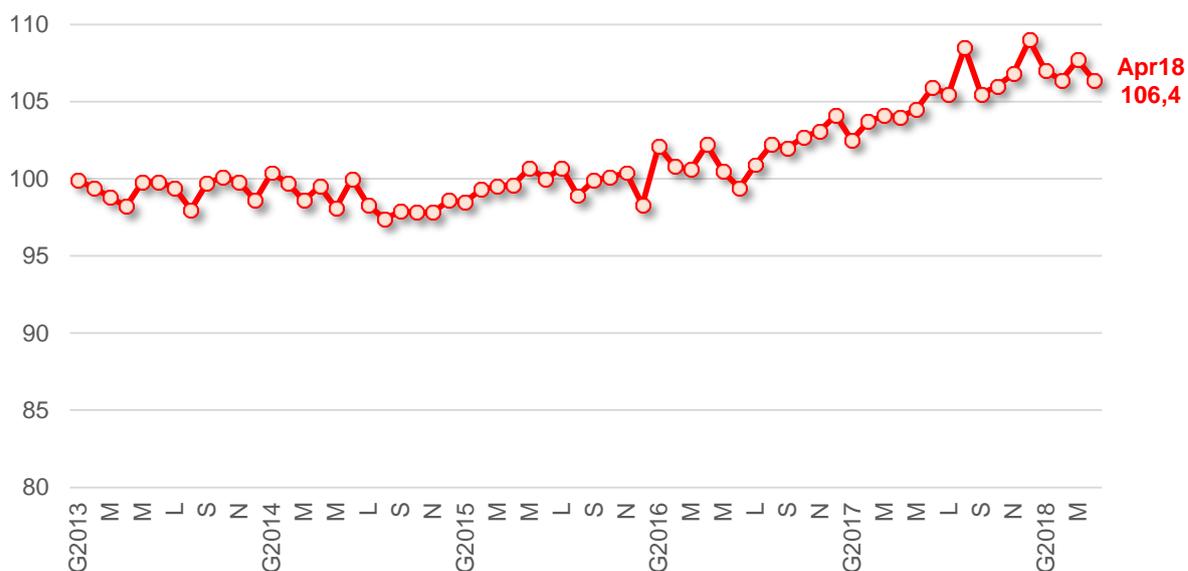
CONSUMI DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA DI BENI Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



Fonte: Istat

Per quanto persista una tendenza di lungo periodo positiva (come peraltro riscontrabile dallo stesso grafico sotto riportato), la ripresa mostrata dalla **produzione industriale** si rivela tuttavia lenta e discontinua.

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE Valori destagionalizzati – 2015=100



Fonte: Istat

In **aprile**, il relativo indice destagionalizzato ha infatti subito una battuta d'arresto, tornando ai livelli di febbraio 2018: i dati Istat mostrano un calo congiunturale del **-1,2%**.

Fra i principali settori, la produzione di beni strumentali è la sola ad avere realizzato una dinamica congiunturale positiva (+0,7%); il settore energetico ha registrato al contrario una forte contrazione (-4,8%).

In rallentamento la crescita su base annua: a fronte di un incremento tendenziale complessivo dell'**1,9%** (era +3,5% a marzo), gli indici corretti per gli effetti di calendario registrano un'elevata variazione positiva nel comparto dei beni strumentali (+5,6%); crescono in misura più lieve anche i beni di consumo (+1,7%), mentre variazioni negative segnano i beni intermedi (-0,7%) e l'energia (-0,6%)

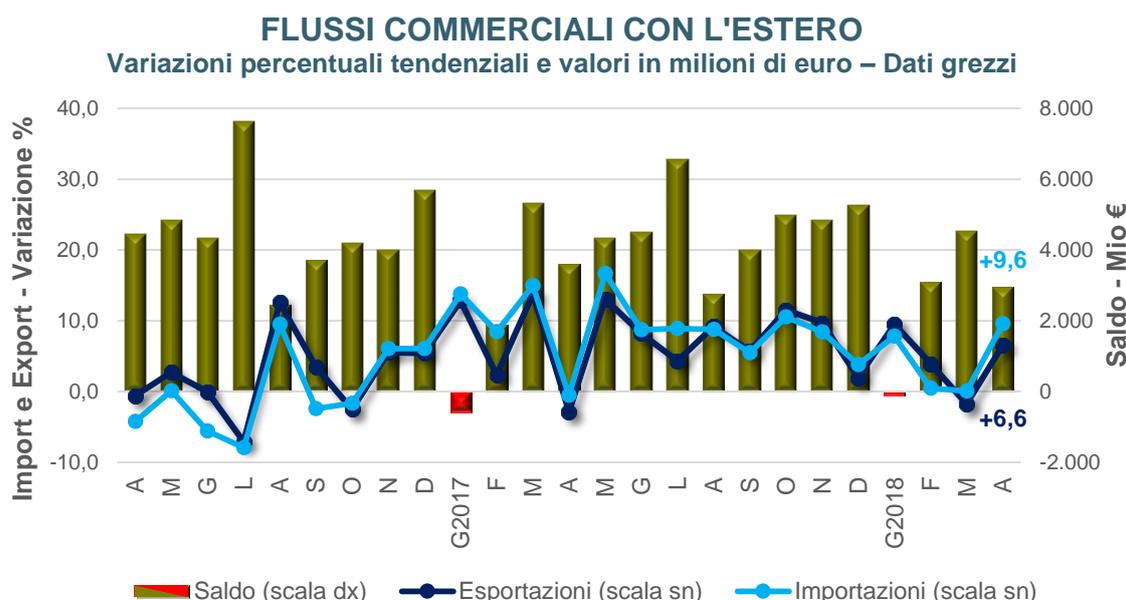
Su base annua, la media dei **primi quattro mesi del 2018** del dato corretto per gli effetti di calendario resta ampiamente positiva (**+3,1%**).

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



Nonostante la debolezza della dinamica congiunturale, a **aprile 2018** la crescita su base annua dell'**export** riacquista vigore (**+6,6%**) e coinvolge sia l'area Ue (+8,0%) sia i paesi extra Ue (+4,8%).



Fonte: Istat

In tale quadro generale, si evidenzia l'importante ruolo giocato dalla Germania, che da sola contribuisce alla crescita delle esportazioni per 1,5 punti percentuali; rilevanti anche gli incrementi dei flussi verso Francia (+9,2%), Stati Uniti (+6,0%), Svizzera (+11,2%) e Regno Unito (+7,0%).

Tra i settori che contribuiscono in misura più rilevante all'aumento tendenziale dell'export nel mese di aprile, si segnalano le “Macchine e apparecchi n.c.a” (+7,1%), i “Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti” (+11,3%), gli “Apparecchi elettrici” (+12,3%) e i “Prodotti alimentari, bevande e tabacco” (+7,4%).

La crescita tendenziale delle **importazioni** sfiora la doppia cifra, attestandosi a **+9,6%**: la miglior performance dei flussi in entrata rispetto a quelli in uscita comporta un decremento del **surplus commerciale** che diminuisce da +3.603 milioni di aprile 2017 a +2.938 milioni di euro di aprile 2018. Nei primi quattro mesi dell'anno l'avanzo commerciale raggiunge +10.470 milioni (+22.975 milioni al netto dei prodotti energetici).

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%

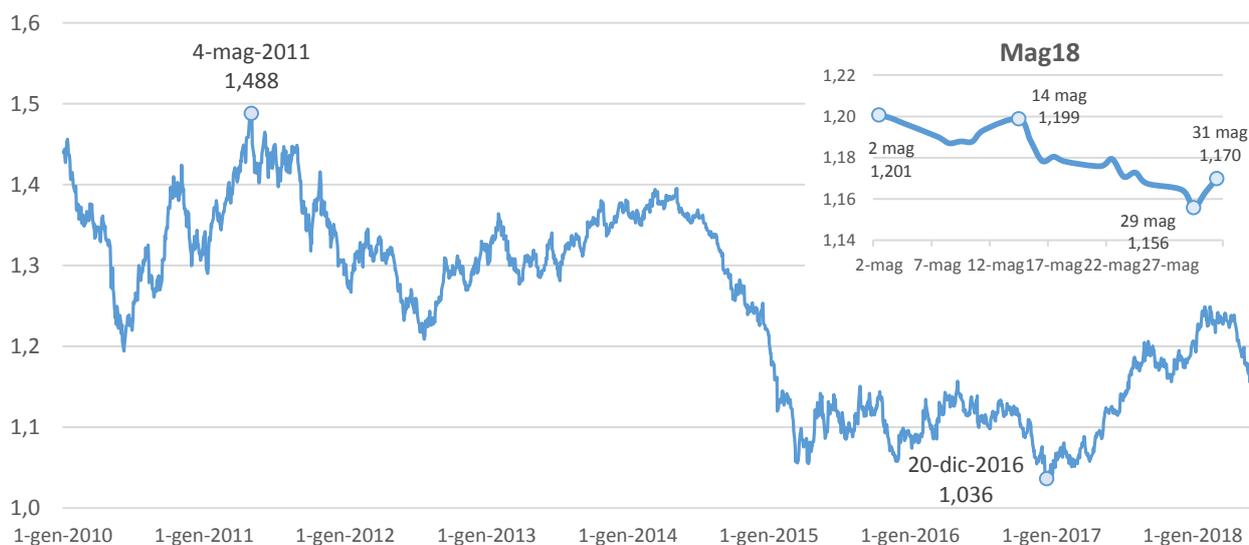
Fonte: Istat



Fonte: Istat

A maggio il **cambio euro-dollaro** ha mantenuto la tendenza ribassista già osservata nel mese precedente: sceso al di sotto della soglia dell'1,2 già il terzo giorno del mese (il secondo di contrattazione), l'indice ha mostrato un (limitato) accenno al rialzo al termine della prima decina del mese, per poi riprendere dopo soli due giorni la caduta, fino al minimo registrato il 29 maggio (1,156). La media del mese è stata pari a 1,181.

TASSO DI CAMBIO Euro/Dollaro Valori medi giornalieri



Fonte: Banca d'Italia

L'Istat registra a **maggio** un sensibile miglioramento del mercato del lavoro, con la **disoccupazione** in calo e ai minimi dal 2012 e il numero di **occupati** al massimo storico.

Stante quanto stimato dall'Istituto di Statistica, toccando quota 23 milioni e 382 mila (dati destagionalizzati), il numero di **occupati** ha registrato una crescita di 114 mila unità rispetto a aprile (+0,5%) e di 457 mila su base annua (+2,0%): si tratta del livello più alto dal 2008.

La crescita congiunturale dell'occupazione coinvolge uomini (+80 mila) e donne (+35 mila) e riguarda i 25-34enni (+31 mila) e, soprattutto, gli ultracinquantenni (+98 mila). Da rilevare inoltre come, invertendo la tendenza registrata nei mesi precedenti, a maggio i posti di lavoro a tempo indeterminato siano aumentati più di quelli a tempo determinato: i posti "fissi" sono cresciuti di 70 mila unità, quelli temporanei di 62 mila. Dopo l'aumento dei due mesi precedenti, registrano una lieve flessione gli indipendenti (-18 mila).

Su base annua, l'espansione si concentra al contrario tra i lavoratori a termine (+434 mila), mentre restano sostanzialmente stabili i permanenti e sono in lieve ripresa gli indipendenti (+19 mila).

Il tasso dell'**occupazione femminile** a maggio tocca il **49,7%**, salendo di 0,2 punti percentuali rispetto a aprile. Secondo l'Istat si tratta del livello più alto mai registrato dall'inizio delle serie storiche (partite nel 1977).

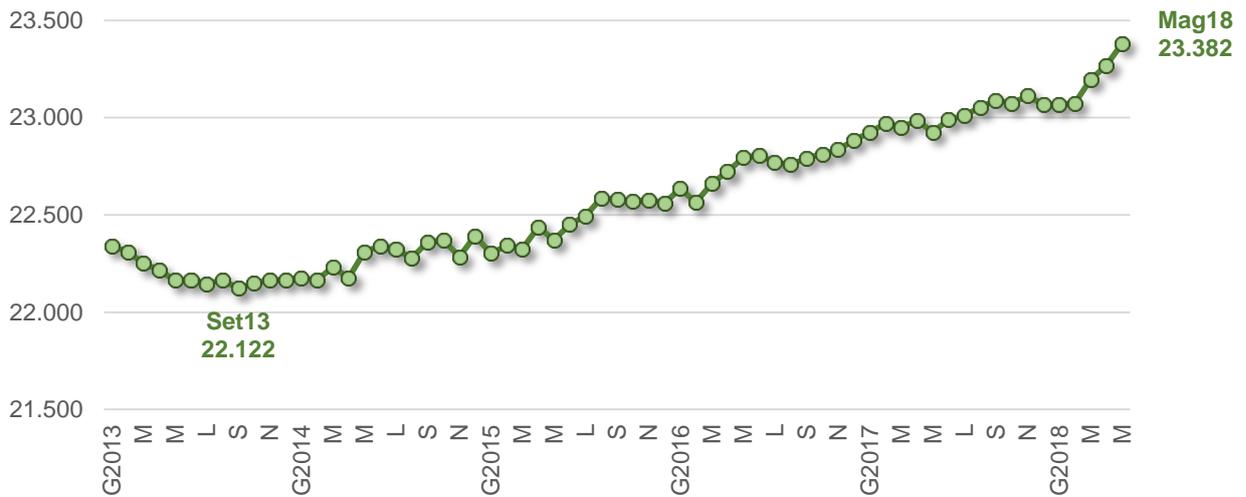
Il **tasso di disoccupazione** si attesta all'**10,7%**, in calo di 0,3 punti percentuali su base mensile: si tratta di un nuovo minimo storico dall'agosto 2012. Il tasso di disoccupazione giovanile cala al 31,9% (-1,0 punti percentuali).

TASSO DI DISOCCUPAZIONE Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – Migliaia



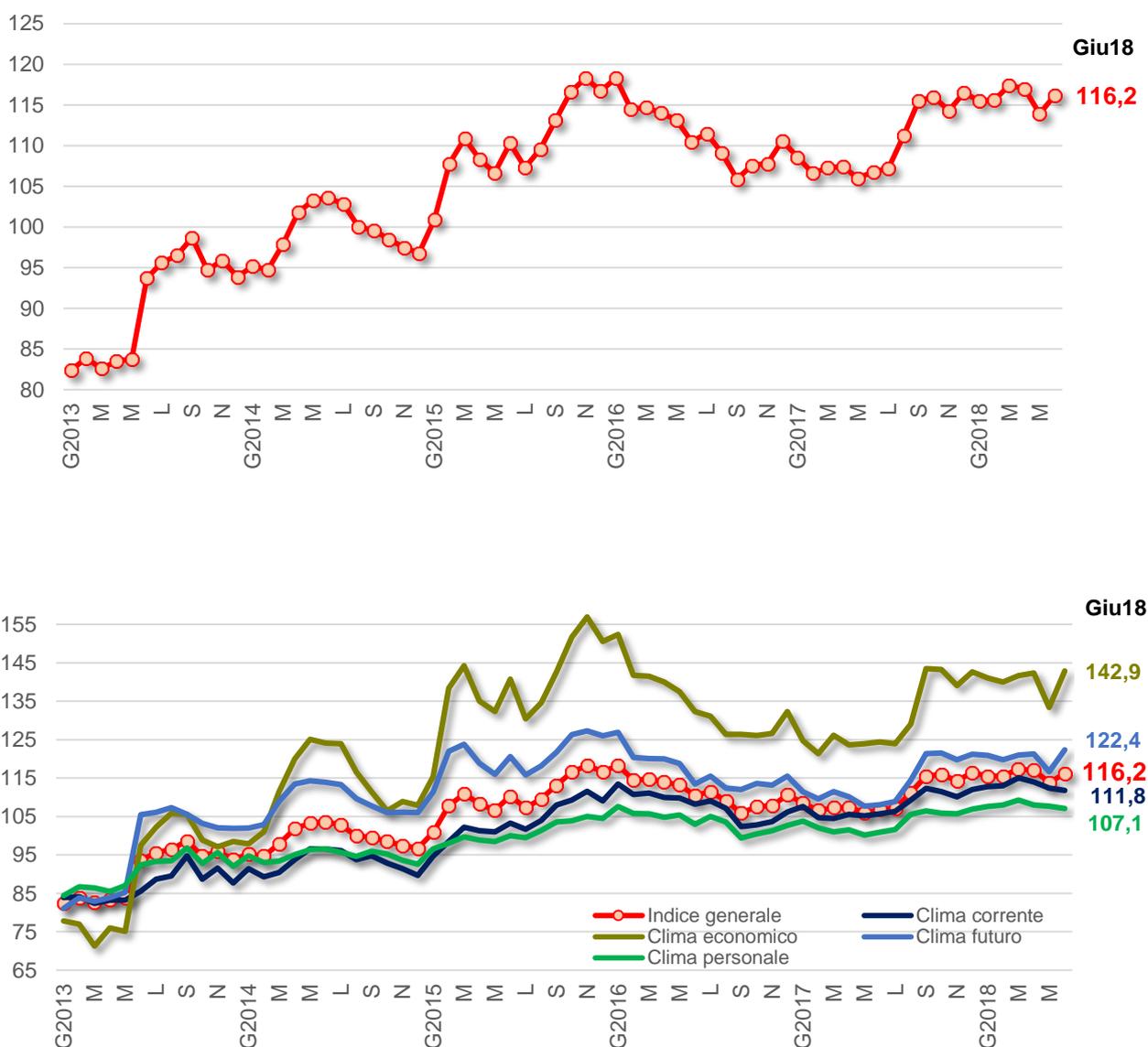
Fonte: Istat



Riportandosi a quota 116,2, la **fiducia dei consumatori** recupera a **giugno** buona parte della caduta registrata nel mese precedente (l'indice era infatti pari a 117,0 a aprile per poi scendere a 113,9 a maggio).

Il recupero è dovuto all'aumento della componente economica e di quella futura (rispettivamente da 133,4 a 142,9 e da 116,7 a 122,4); il clima personale e quello corrente mantengono, al contrario, una dinamica con intonazione lievemente negativa per il terzo mese consecutivo (da 107,7 a 107,1 e da 112,4 a 111,8). Analizzando nel dettaglio le singole componenti, l'andamento positivo è da imputarsi ad aspettative più rosee sulla situazione economica familiare e, soprattutto, al miglioramento delle attese sulla situazione economica del Paese, contrastato dall'ulteriore peggioramento del giudizio sulla situazione economica generale.

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



Fonte: Istat

In lieve ripresa a **giugno** (da 104,6 a 105,4) anche l'indice composito del **clima di fiducia delle imprese**.

A fronte di tale aumento generale, si rilevano segnali eterogenei dai climi di fiducia settoriali: l'indice diminuisce nel settore manifatturiero (da 107,6 a 106,9) e nelle costruzioni (da 134,1 a 132,9), mentre è in aumento nei servizi (da 106,0 a 107,8) e nel commercio al dettaglio (da 100,1 a 103,9).

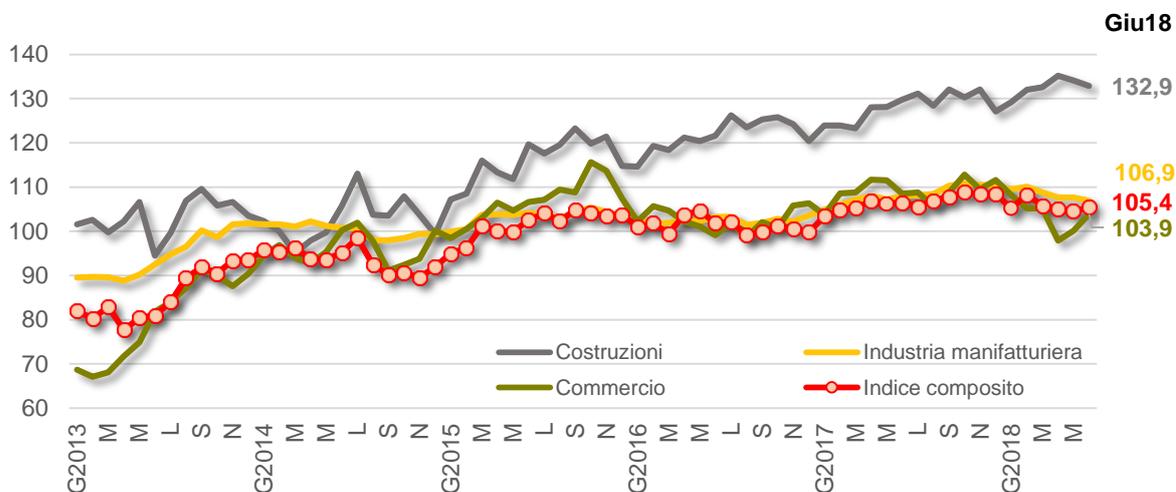
Nel comparto **manifatturiero**, le attese di produzione sono in calo da cinque mesi consecutivi; peggiorano i giudizi sugli ordini mentre le scorte di magazzino sono giudicate stabili rispetto al mese scorso.

Nel settore delle **costruzioni**, l'Istat registra un miglioramento delle aspettative sull'occupazione mentre i giudizi sugli ordini sono di nuovo in peggioramento. Nonostante il lieve calo, l'indice permane su livelli elevati, oramai prossimi a quelli medi pre-crisi del 2007-2008.

Per quanto riguarda i **servizi**, l'aumento dell'indice di fiducia riflette una dinamica positiva di tutte le componenti. Si segnala in particolare un diffuso ottimismo sia dei giudizi sia delle attese sugli ordini; servizi turistici e servizi di trasporto e magazzinaggio si caratterizzano inoltre per un deciso rafforzamento dei giudizi positivi sull'andamento degli affari.

L'aumento della fiducia nel **commercio al dettaglio** è caratterizzato da giudizi ed attese sugli ordini in marcato miglioramento, soprattutto nella grande distribuzione.

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



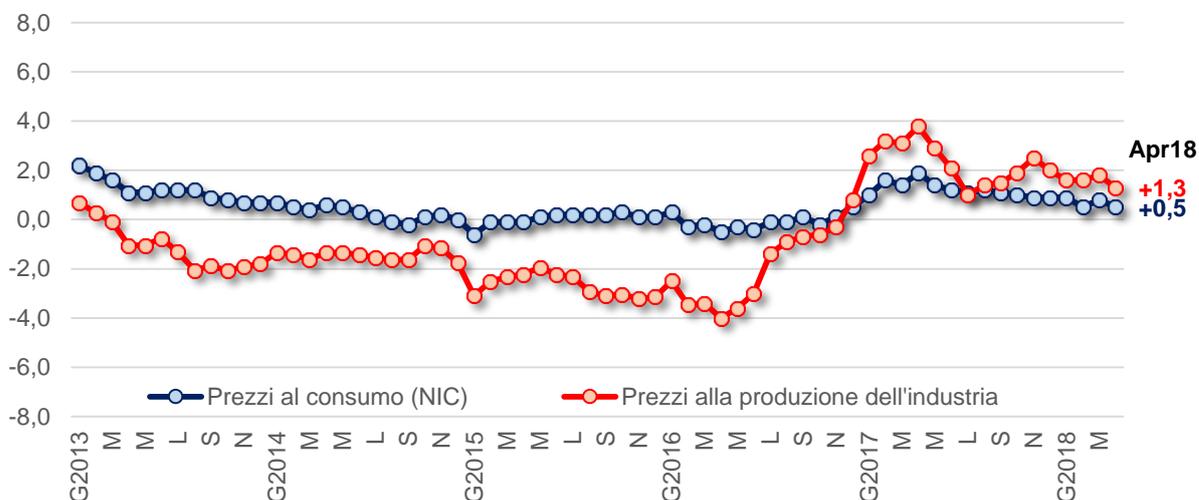
Fonte: Istat

Nei primi mesi dell'anno l'**inflazione**, misurata attraverso l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), ha mostrato un andamento altalenante: dopo il rallentamento tendenziale registrato a febbraio (+0,5%) e la successiva accelerazione rilevata a marzo (+0,8%), a **aprile 2018** l'indice torna a sgonfiarsi, attestandosi nuovamente a **+0,5%**.

Il nuovo rallentamento, in parte frenato dall'aumento dei prezzi dei Beni alimentari (da +0,5% di marzo a +1,3%), è da attribuirsi prevalentemente all'inversione di tendenza dei prezzi dei Beni energetici regolamentati (da +5,0% a -1,2%) e dei Servizi relativi ai trasporti (da +2,5% a -0,7%), cui si aggiunge quella, meno marcata, dei prezzi dei Servizi relativi alle comunicazioni (da +0,4% a -0,7%).

A **aprile 2018**, l'indice dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali** risulta in calo dello -0,4% rispetto al mese precedente ma in aumento del **+1,3%** su base annua.

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat

IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Dopo i dati “perturbati” di marzo e aprile, risultato dello sfasamento temporale della Pasqua, nel mese di **maggio** il **fatturato di Iper+Super** ha mostrato una crescita più che positiva (+3,2%), da imputarsi principalmente ai punti di vendita di dimensioni inferiori ai 4500mq (+4,0%); limitata al contrario la crescita degli ipermercati di grandi dimensioni (+0,6%).
- A livello di **area geografica**, solo l’Area 1 sembra non approfittare di questa tendenza favorevole, mostrando una sostanziale stabilità rispetto al mese corrispondente dell’anno scorso; le altre aree mostrano al contrario performance brillanti, superiori al +4%.
- La dinamica più che positiva dei prodotti alimentari, sia del Largo Consumo Confezionato (+2,8%) che soprattutto del fresco (+4,9%), non riesce a trainare le vendite delle referenze “No Food” che al contrario continuano a registrare decrementi (-5,6% sul mese, -7,2% sul progressivo).
- Anche **l’analisi a parità di rete** registra un segno positivo: in tale contesto, si rileva ancora una volta la dinamica particolarmente vivace dei discount che crescono del 5,4% (+2,0% a progressivo) mentre arretrano – seppur lievemente – gli ipermercati >4500mq (-0,7%).
- A maggio, 13 dei 18 gruppi distributivi monitorati mostrano una dinamica positiva; solo la metà di questi presenta tuttavia il segno più anche a progressivo.
- Il panorama non varia di molto allargando il campo d’analisi e passando quindi al **totale grocery**: a **maggio 2018** si riscontrano incrementi sia a volume (+4,9%) che a valore (+3,6%), generalizzati a quasi tutti i canali con eccezione del libero servizio (rispettivamente -1,1% a quantità, -0,9% a fatturato). Come già osservato negli ultimi mesi, significativi sono gli incrementi tendenziali mostrati dai discount (+8,2% a valore) e dagli specialisti drug (+9,8%)
- La ripresa della tendenza inflazionistica – già rilevata nei mesi scorsi – sembra acquistare a **maggio** ulteriore vigore: l’indicatore dei prezzi del “**carrello della spesa**” (calcolato considerando sia prodotti di Largo Consumo Confezionato che referenze a peso variabile in supermercati ed ipermercati) rileva infatti un aumento tendenziale pari a +2,1%.

In crescita entrambe le componenti che costituiscono il paniere osservato. Dopo aver mostrato a aprile un incremento mitigato (quasi nullo), i prezzi delle referenze del Largo Consumo Confezionato registrano a maggio un rialzo del +1,6%; ancor più robusta la crescita dei prezzi dei prodotti a peso variabile (+3,6%).

- A **maggio 2018**, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (Iper+Super), pari al 30,4%, risulta in calo di 2 punti percentuali rispetto a maggio 2017 e pressoché stabile rispetto al mese precedente (+0,1 p.p.). Il calo è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 36,9% a 34,0%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 31,3% a 29,6%).
- Trainata da una netta crescita tendenziale delle vendite (+5,6%), la **Marca del Distributore** sfiora a **maggio** la soglia del 20%, attestandosi al 19,9% di quota sul mese. Sul progressivo, spinta da un incremento delle vendite pari al +3,3%, la Marca del Distributore incrementa la sua quota a 19,4%.

- Dalle più recenti indicazioni sui **Consumi Non Alimentari** emerge un quadro composito, con differenze anche rilevanti a seconda delle categorie merceologiche.
- La prima lampante evidenza che emerge dall'analisi delle dinamiche del **mercato degli elettrodomestici** relative al **secondo bimestre dell'anno** è l'inversione di tendenza del comparto degli impianti di condizionamento: dopo un inizio anno caratterizzato da una drastica contrazione delle vendite (effetto di rimbalzo sulle eccellenti performance dell'analogo periodo del 2017), il segmento torna a registrare incrementi a due cifre.

Ancora negativi, al contrario, gli altri tre comparti, tali da determinare un'evoluzione complessiva negativa sia sul bimestre (-3,1% a volumi) che a progressivo (-6,2%).

- Per ciò che concerne al contrario il mercato dell'**Informazione**, la panoramica ricostruibile dall'analisi dei dati relativi il **secondo bimestre del 2018** è di fatto pressoché sovrapponibile a quella già rappresentata nel bimestre precedente: come allora, anche a marzo-aprile si registrano dinamiche negative per le quantità veicolate (-9,9%) e positive per i fatturati (+6,0%).

Tale dinamica generale è determinata da performance assai differenziate per i diversi comparti.

- In merito al mercato del **Tessile-Abbigliamento**, si conferma nel **primo trimestre del 2018** il quadro sfavorevole già rilevato negli ultimi tre mesi dello scorso anno: il settore registra variazioni negative in pressoché tutti i comparti considerati, ad eccezione delle calzature.

Complessivamente la flessione risulta pari a -4,0% a volume e -4,8% a valore.

- In un quadro generale fortemente impattato dagli effetti distorcenti della diversa calendarizzazione di Pasqua, a aprile il valore delle **vendite al dettaglio dei prodotti non alimentari** risulta negativo per il quarto mese consecutivo: il comparto registra un decremento pari a -2,3% (-1,1% a progressivo), a testimonianza di un atteggiamento delle famiglie che permane prudente nei confronti dei consumi.

La flessione è comune a tutti i gruppi di prodotto ad eccezione degli "Elettrodomestici, radio, tv e registratori", per il quale si ha una variazione nulla.



LE VENDITE

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



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

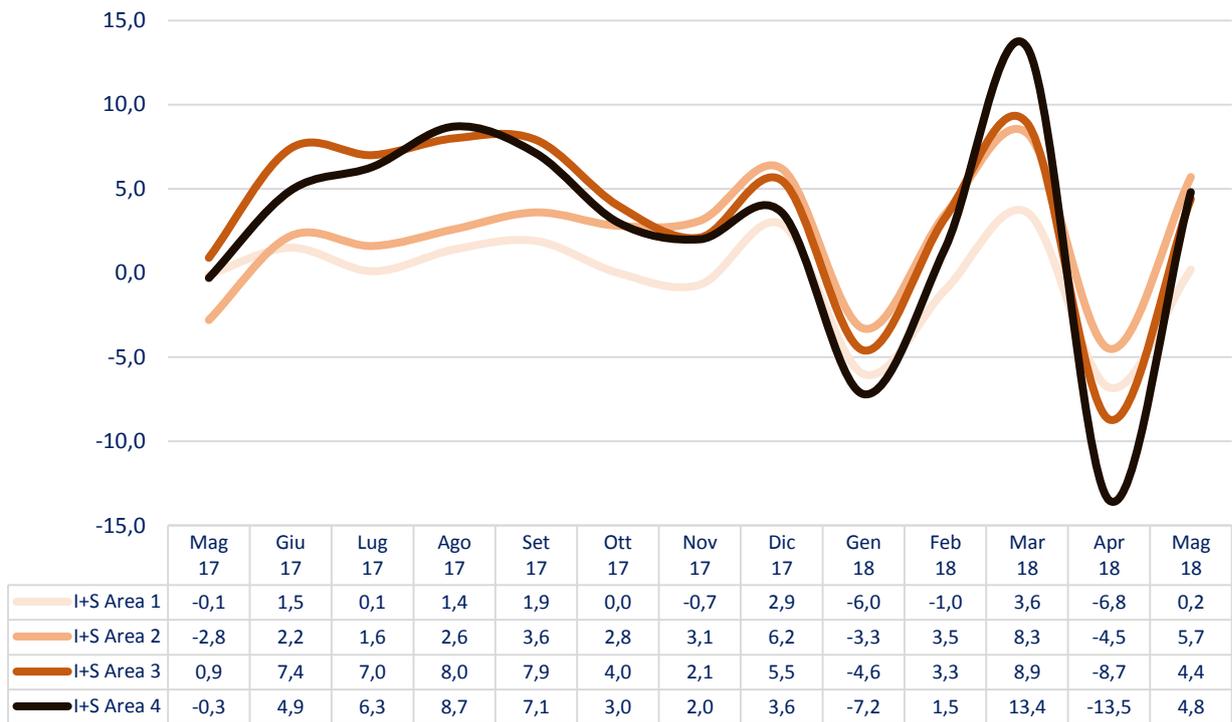
I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

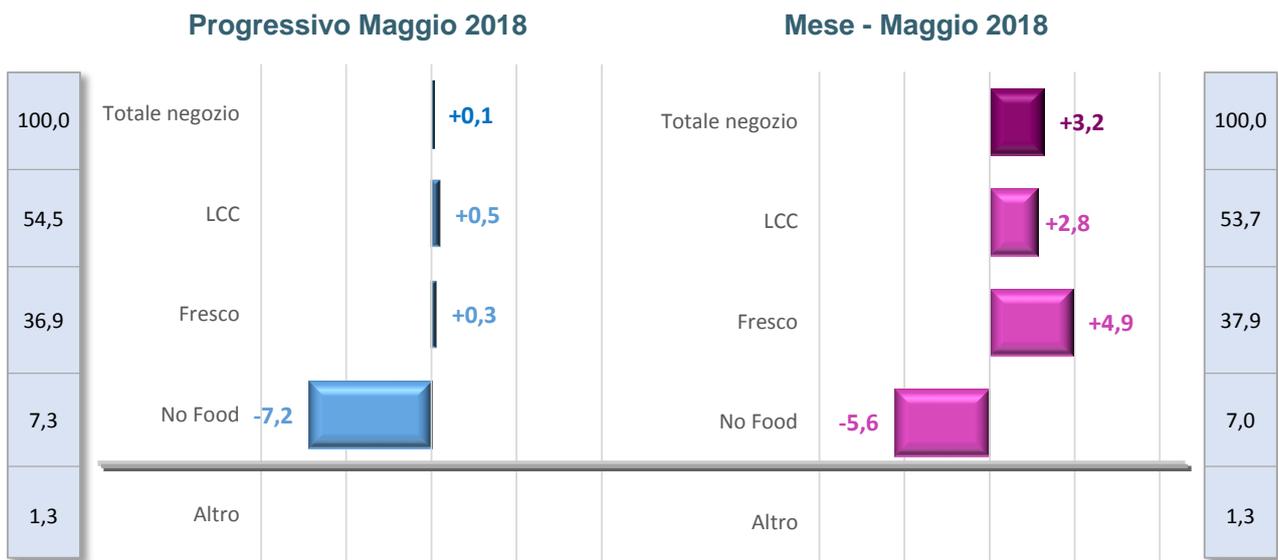
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

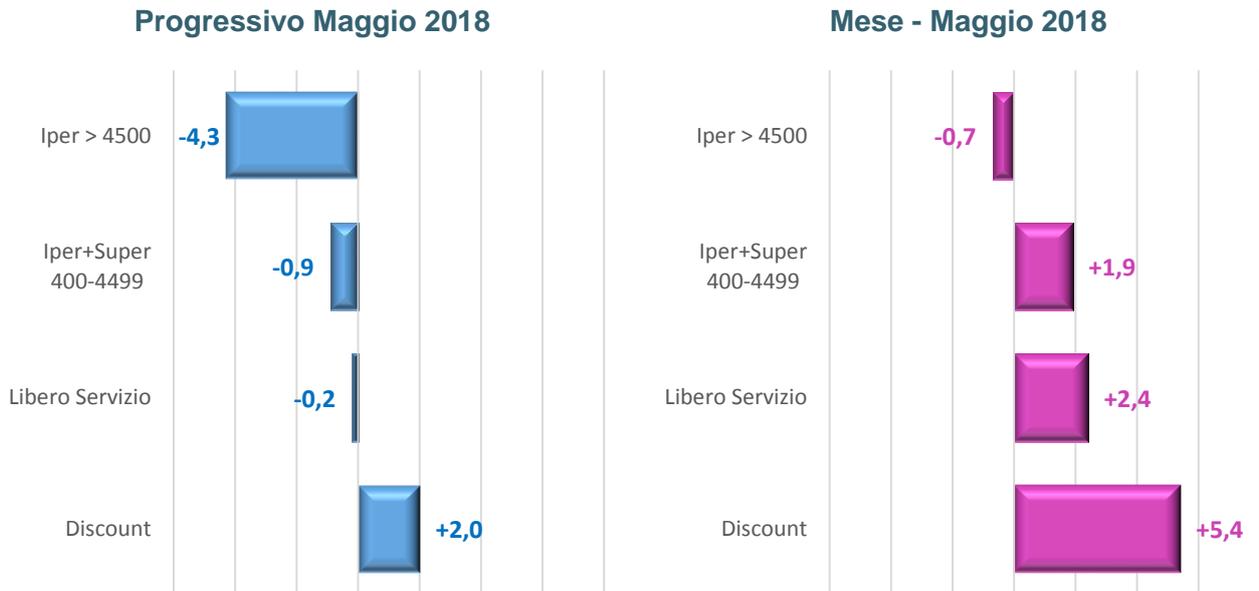
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

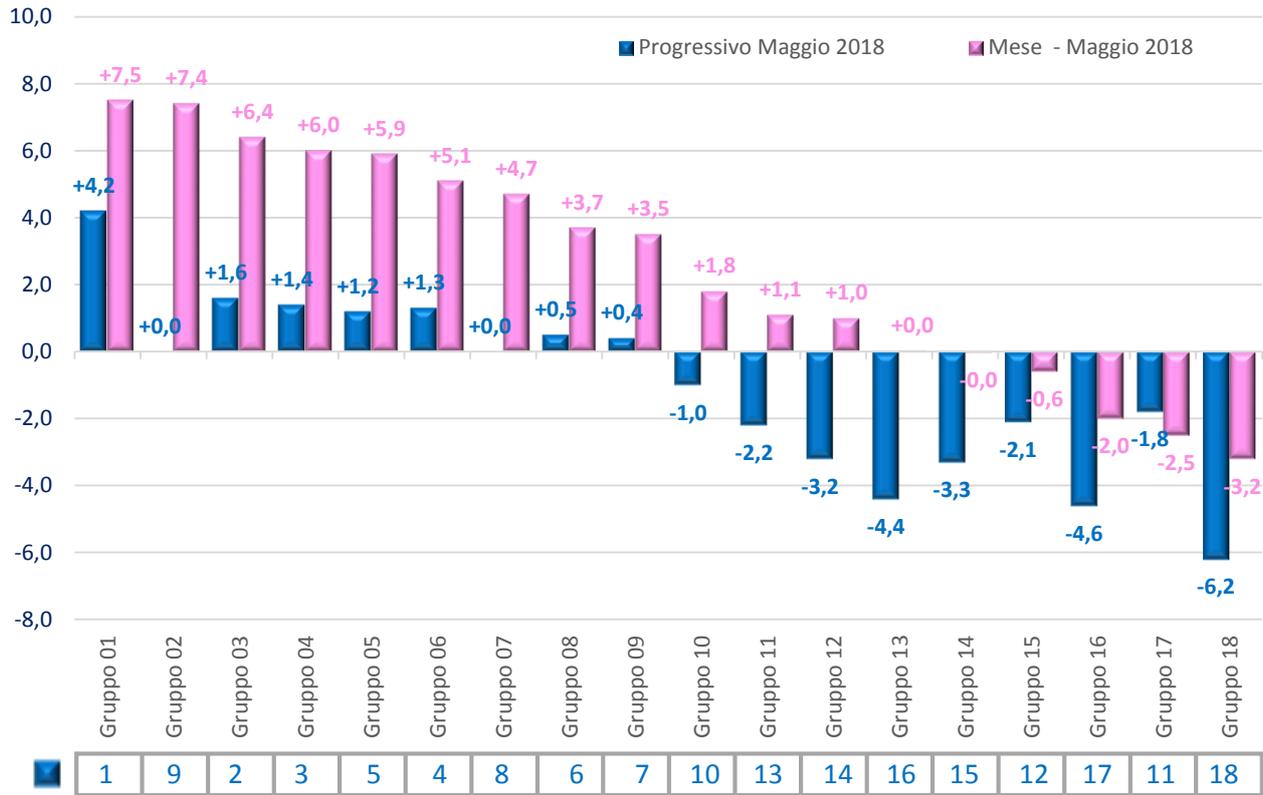
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



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

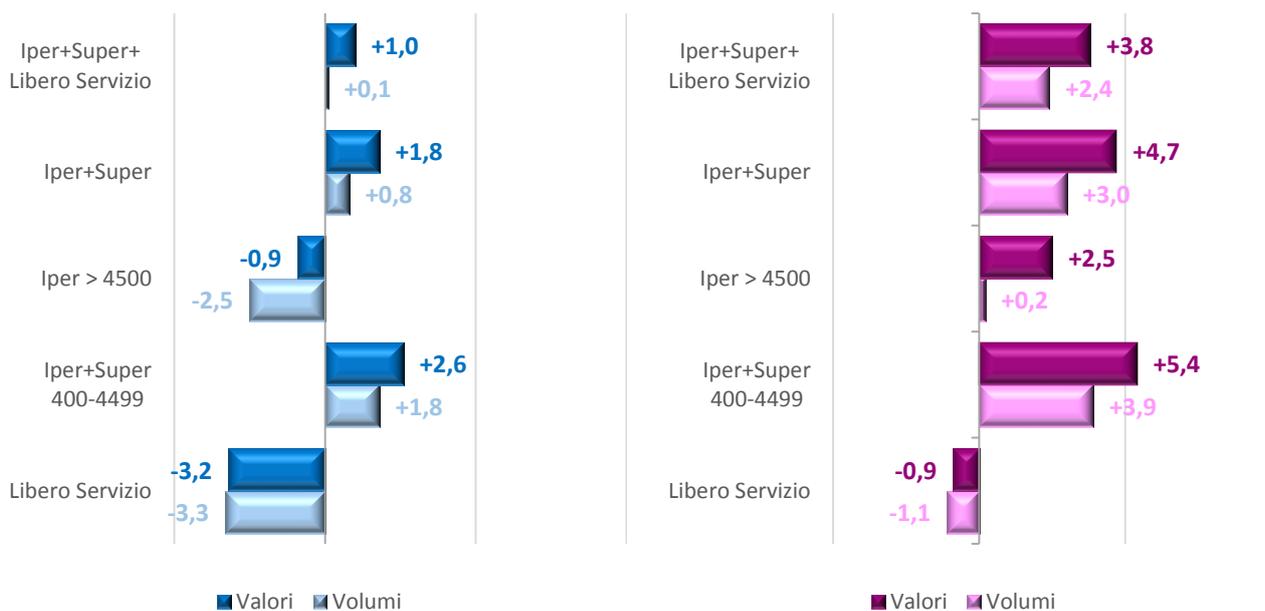
Posizione a progressivo

I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

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

Progressivo Maggio 2018

Mese - Maggio 2018



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

*Trend Vendite a prezzi costanti

I PREZZI

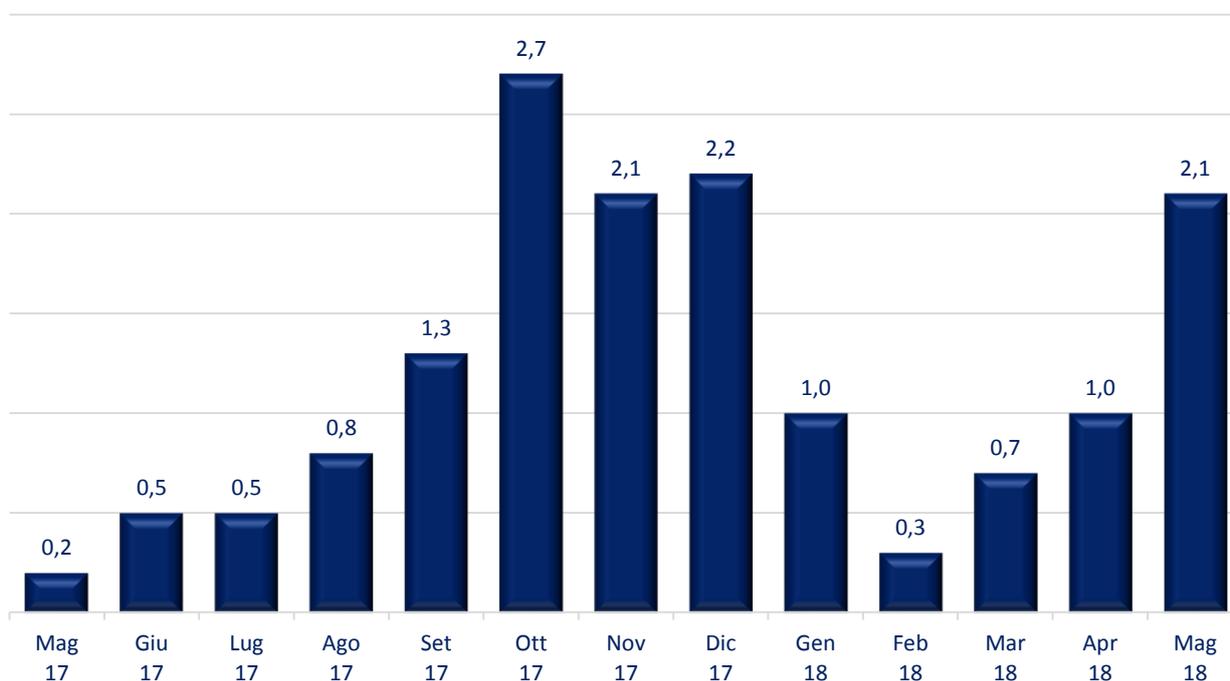
La ripresa della tendenza inflazionistica – già rilevata nei mesi scorsi – sembra acquistare a **maggio** ulteriore vigore: l'indicatore dei prezzi del “**carrello della spesa**” (calcolato considerando sia prodotti di Largo Consumo Confezionato che referenze a peso variabile in ipermercati e supermercati) riporta infatti un aumento tendenziale pari a **+2,1%**.

In crescita entrambe le componenti che costituiscono il paniere osservato.

Dopo aver mostrato a aprile un incremento mitigato (quasi nullo), i prezzi delle referenze del **Largo Consumo Confezionato** registrano a maggio un rialzo del **+1,6%**, con aumenti – di diversa entità – generalizzati a tutte le categorie. Si rileva in particolare la ricomparsa del segno “+” per il carrello dei prodotti ortofrutticoli (+0,5%), i cui prezzi erano in calo dall'inizio dell'anno.

Ancor più robusta la crescita dei prezzi delle **referenze a peso variabile (+3,6%)**. Anche per questo segmento si registrano solo variazioni positive, più limitata per formaggi (+0,3%) e pesce (+1,5%), via via crescente per salumi (+2,6%), verdura (+3,4%) e carne (+4,7%) fino alla frutta che mostra un rincaro del +8,8%.

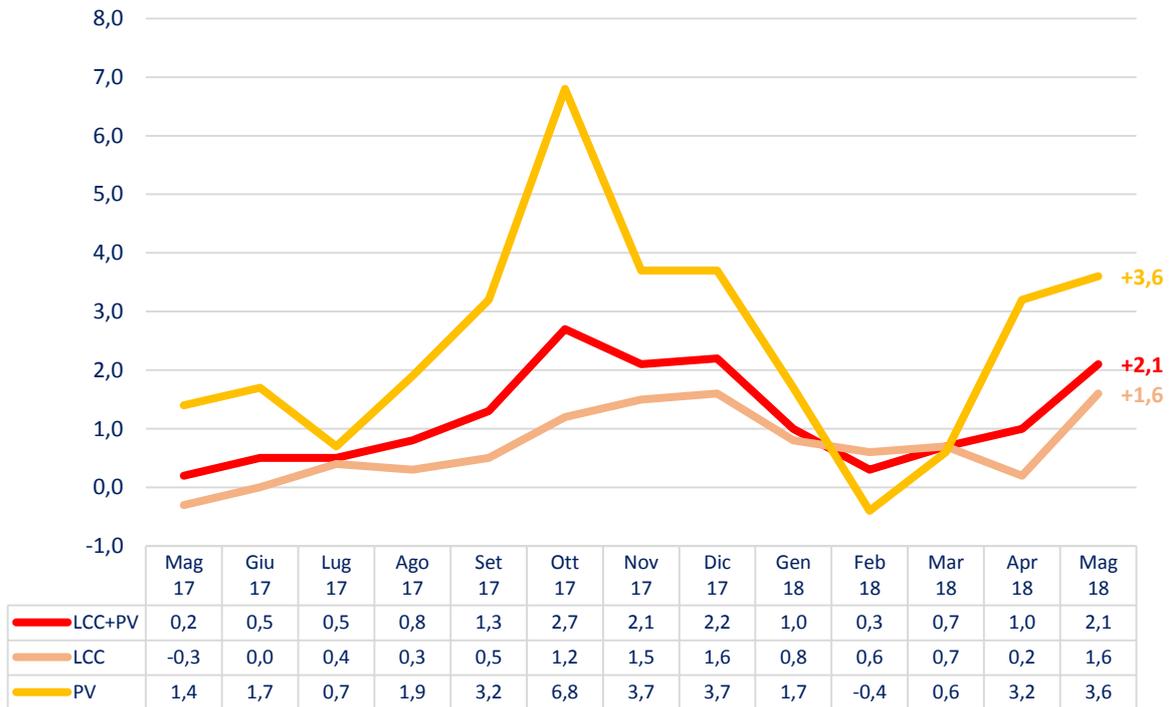
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

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



Fonte: IRI Infoscan

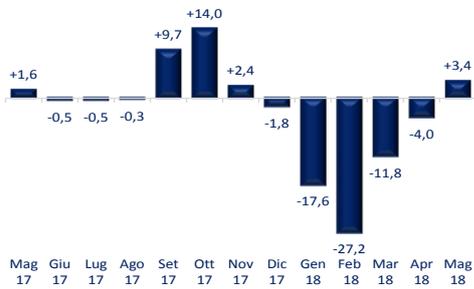
Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati

ORTOFRUTTA PV



VERDURA PV



FRUTTA PV



CARNE PV



PESCE PV



SALUMI PV



FORMAGGI PV

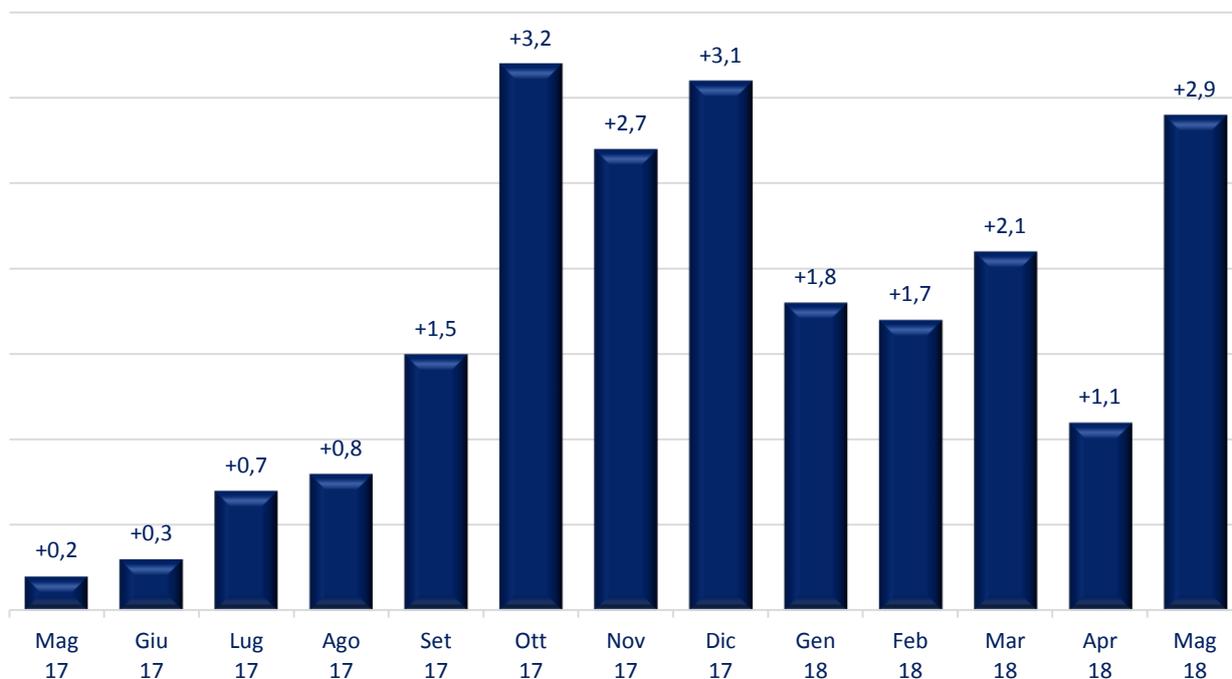


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Il rafforzamento della spinta inflazionistica è particolarmente deciso per gli **ipermercati** che a **maggio** registrano un incremento dei prezzi pari a +2,9% (l'aumento era del +1,1% a aprile). La scomposizione di tale trend tra LCC e referenze a PV mostra una dinamica inflazionistica più alta per quest'ultimi (+3,8 %).

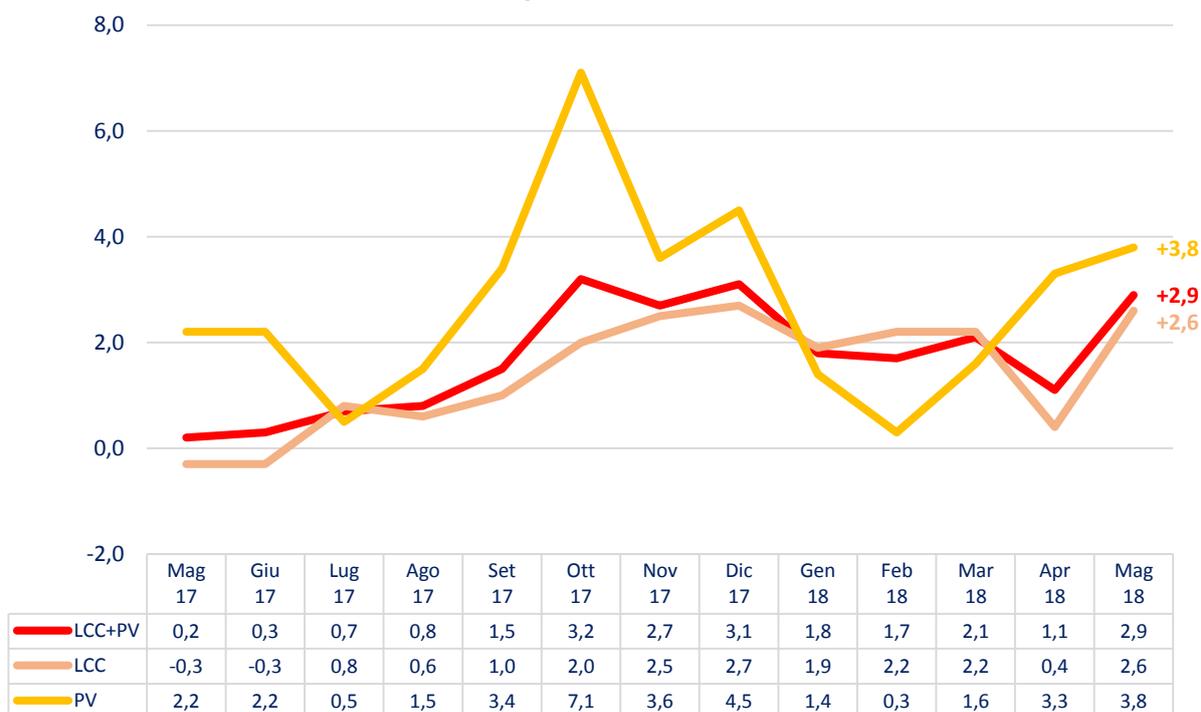
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati



Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati

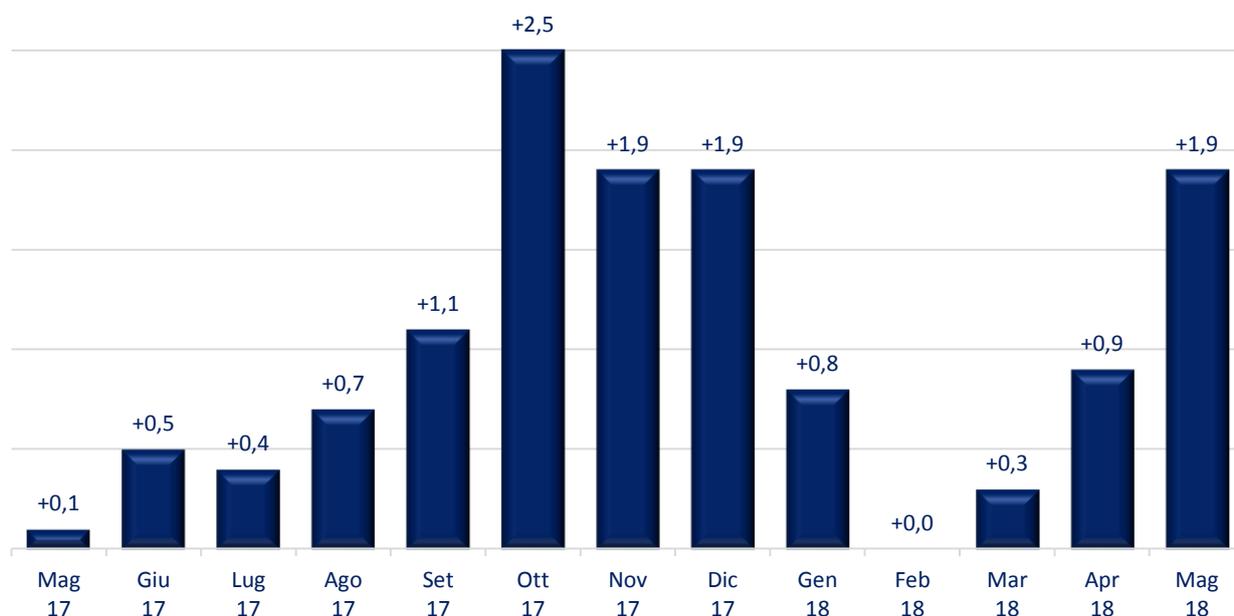


Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Meno vivace (+1,9%) la crescita dei prezzi nei **supermercati**, effetto di una dinamica inflazionistica dei prodotti a peso variabile (+1,3%) più debole rispetto a quella mostrata dal medesimo aggregato negli ipermercati; meno marcata la differenza tra ipermercati e supermercati per i prodotti di LCC.

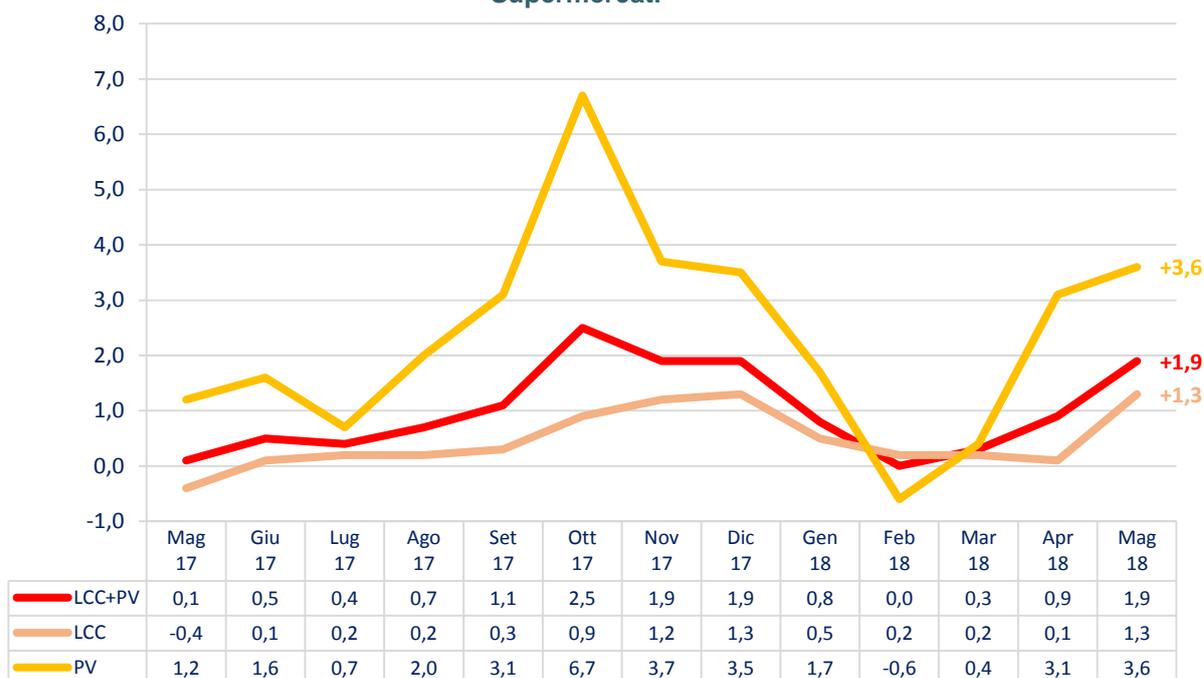
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



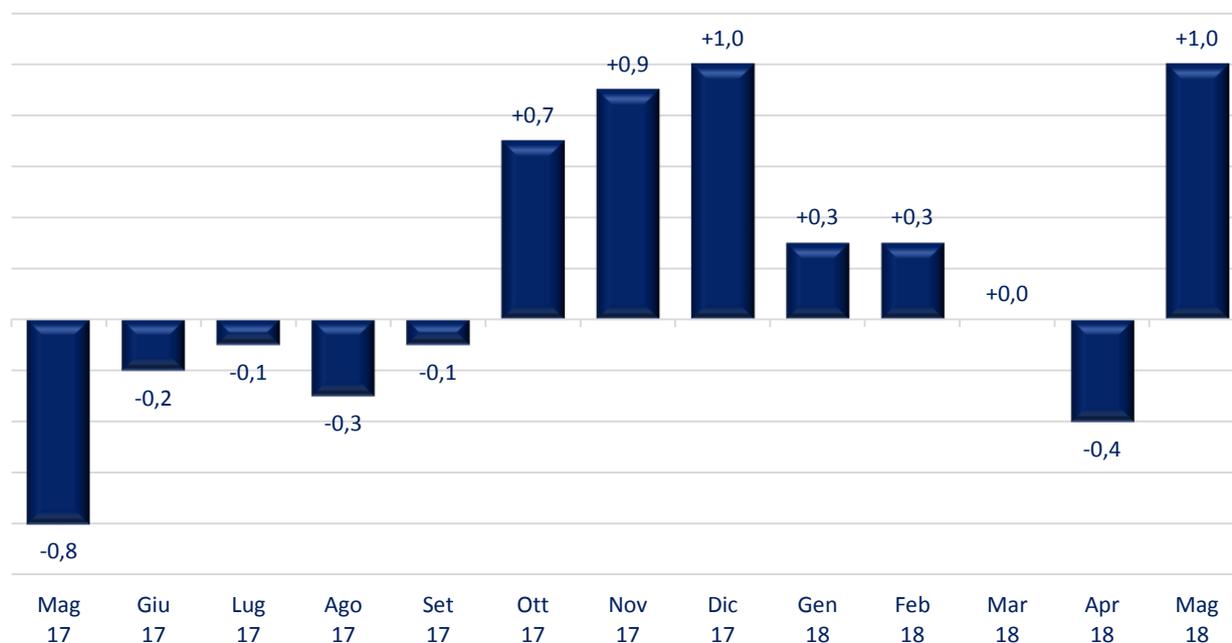
Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Ancora parzialmente divergenti le considerazioni che emergono dall'analisi dall'evoluzione dei prodotti di Largo Consumo Confezionato **a parità assortimentale**: la variazione registrata, seppur ora positiva (era uguale a -0,4% a aprile, è pari a +1,0% a maggio) risulta decisamente inferiore rispetto a quella registrata dal carrello.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Ipermercati + Supermercati + Superette



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

Una sola categoria mostra una dinamica dei prezzi negativa, ossia quella dei prodotti per la cura della casa (-0,2%); tutte le altre registrano al contrario variazioni positive.

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA

Ipermercati + Supermercati

LCC – Comparti (Maggio 2018 vs Maggio 2017)

Fresco	+2,4%
Bevande	+1,5%
Freddo	+1,4%
Cura casa	+0,4%
Drogheria alimentare	+0,4%
Ortofrutta	+0,2%
Petfood + Petcare	+0,1%
Cura persona	-0,2%

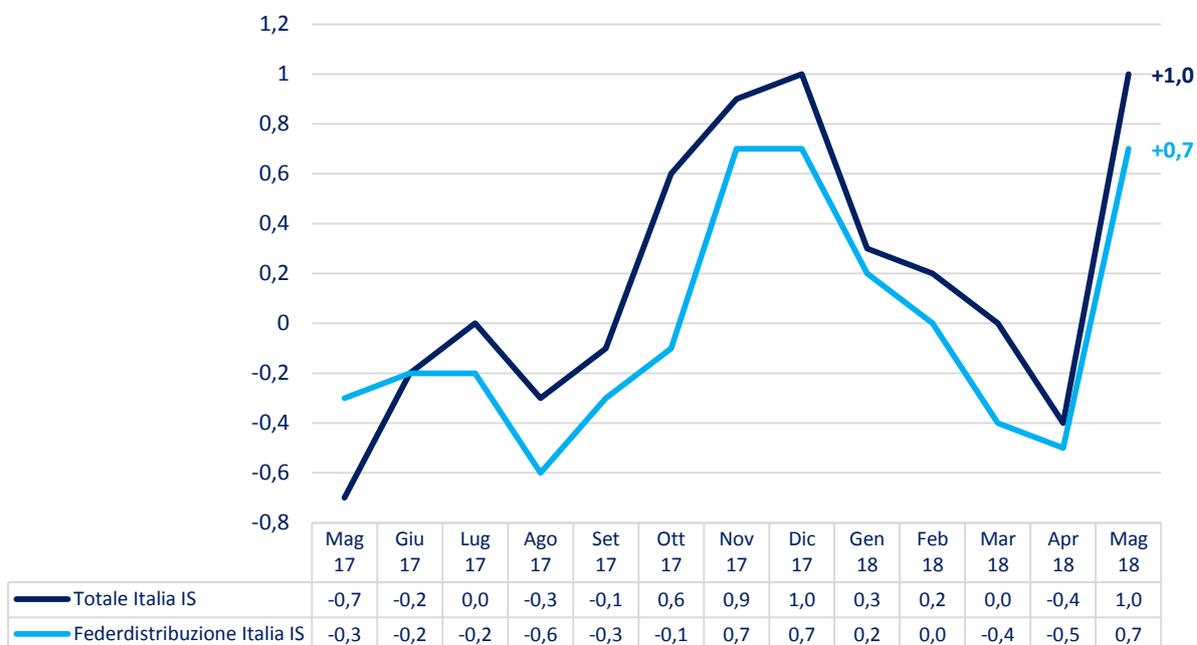
Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC a **parità assortimentale**, la dinamica dei prezzi registrata presso le aziende associate a **Federdistribuzione** è di 3 decimi di p.p. inferiore a quella mostrata dalla totalità degli ipermercati e supermercati.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

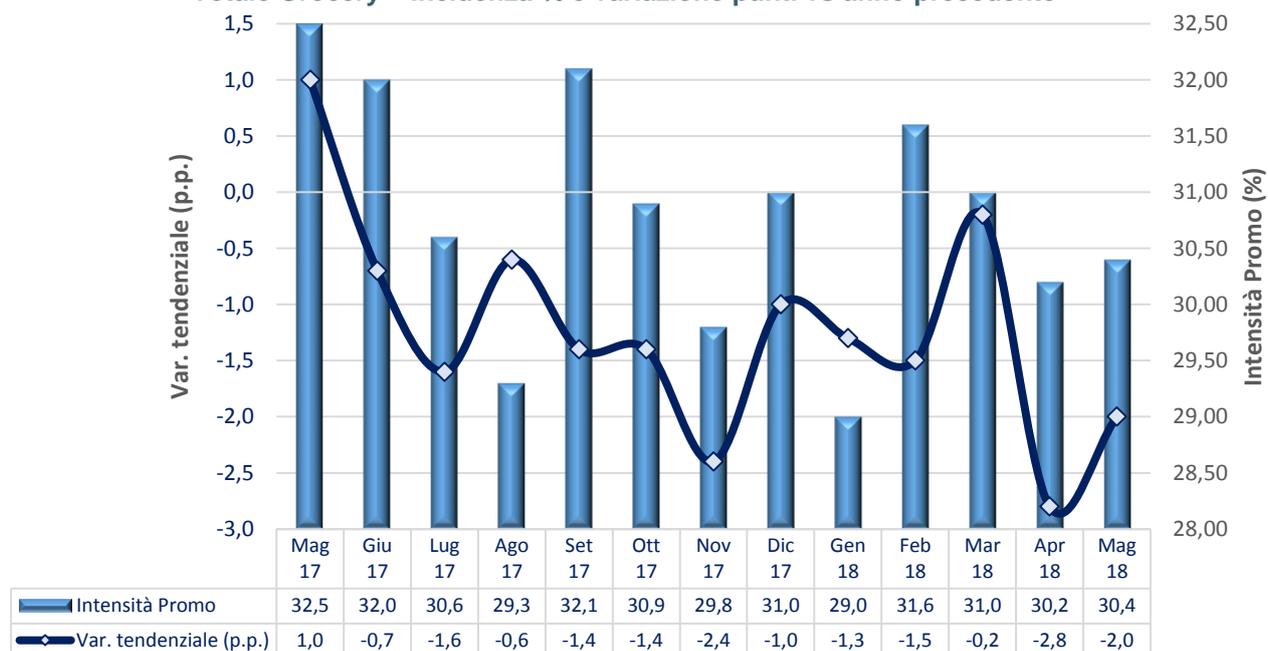
LE PROMOZIONI

A maggio 2018, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (**Iper+Super**), pari al 30,4%, risulta in calo di 2 punti percentuali rispetto a maggio 2017 e pressoché stabile rispetto al mese precedente (+0,1 p.p.).

Il calo è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 36,9% a 34,0%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 31,3% a 29,6%).

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

	2017					2018				
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
Iper > 4.500 mq.	35,0	38,4	35,4	36,0	36,9	33,6	35,9	34,3	34,2	34,0
Super 400 – 4.499 mq.	29,0	31,8	30,1	32,3	31,3	27,8	30,5	30,2	29,2	29,6

Fonte: Nielsen Trade*Mis

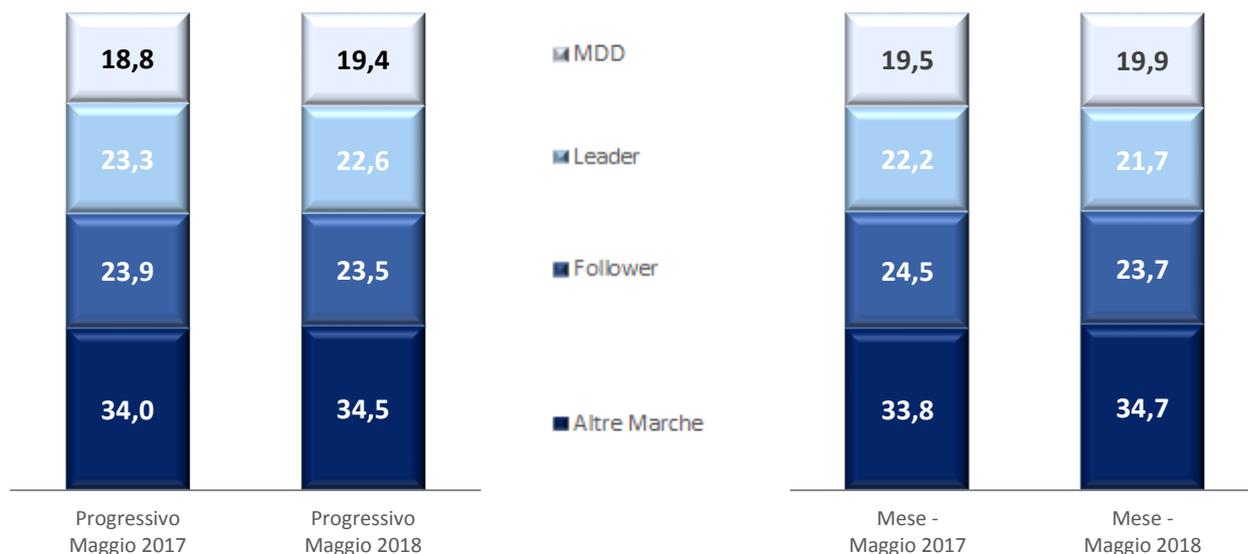
A livello di **iper** e **super**, le **promozioni di prezzo** – più direttamente attribuibili alla Distribuzione – si attestano al **22,6%**, in lieve crescita rispetto al mese precedente (22,3%) ma in deciso calo se comparate allo stesso mese del 2017 (24,3%).

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

Trainata da una netta crescita tendenziale delle vendite (+5,6%), la **Marca del Distributore** sfiora a **maggio** la soglia del 20%, attestandosi al 19,9% di quota sul mese.

Sul progressivo, spinta da un incremento delle vendite pari al +3,3%, la Marca del Distributore incrementa la sua quota a 19,4%.

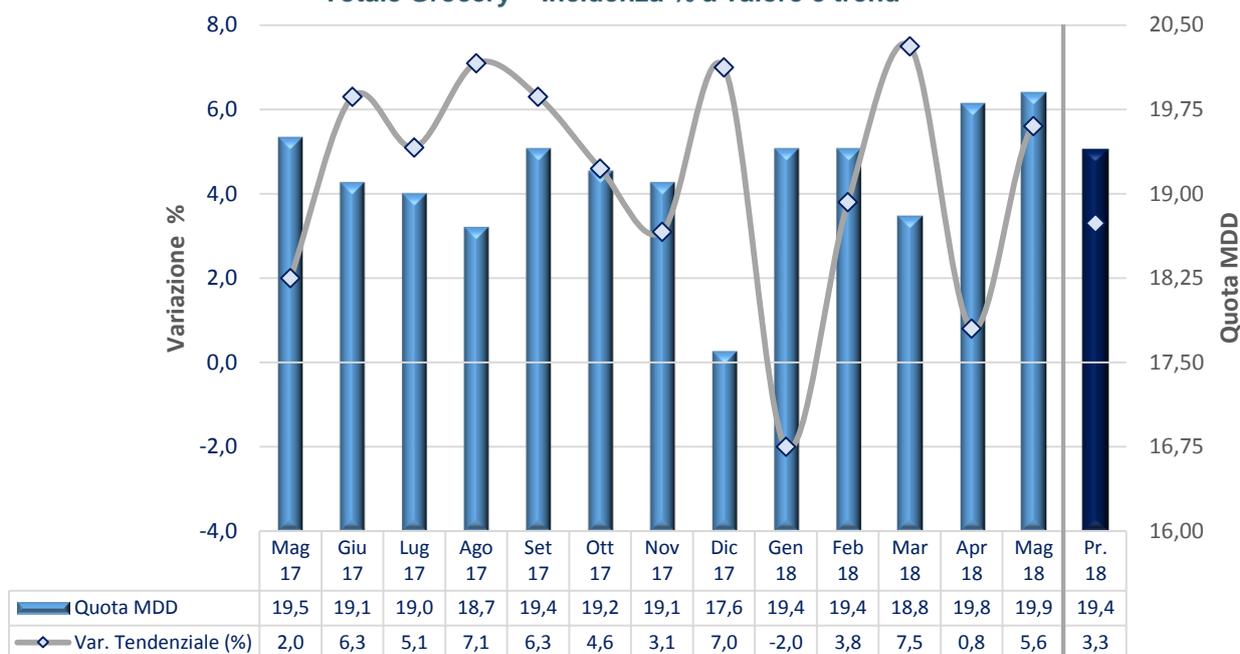
ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA Totale Grocery – Incidenza % a valore



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

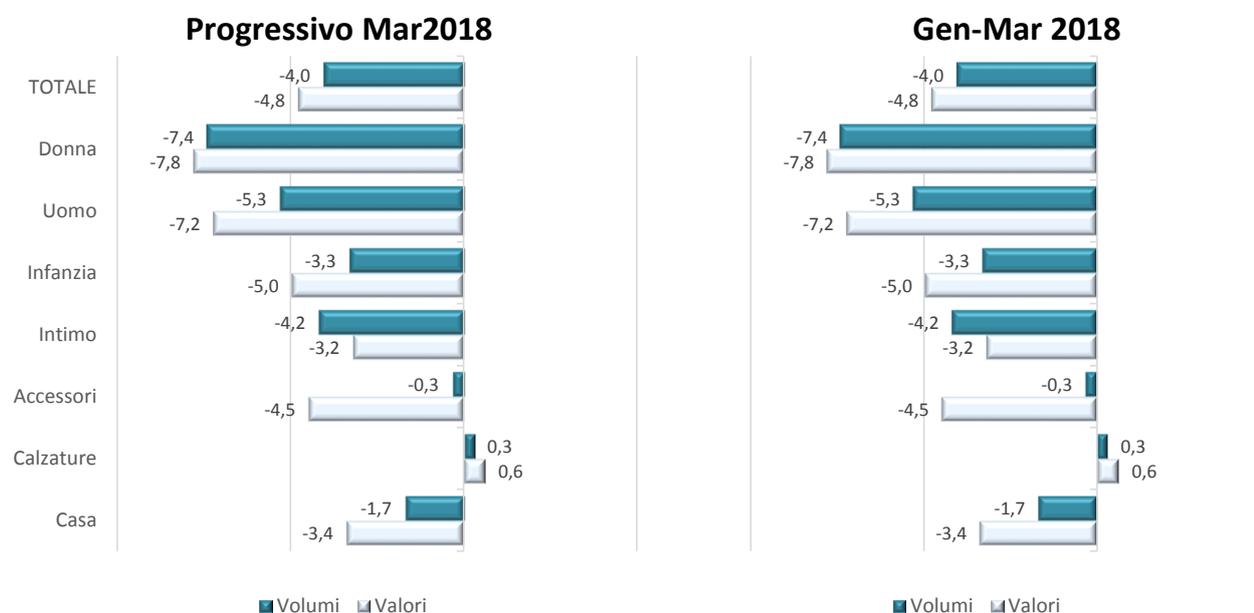
MERCATI NON FOOD

In merito al mercato del **Tessile-Abbigliamento**, si conferma nel **primo trimestre del 2018** il quadro sfavorevole già rilevato negli ultimi tre mesi dello scorso anno: il settore registra variazioni negative in pressoché tutti i comparti considerati, ad eccezione delle calzature.

Complessivamente la flessione risulta pari a **-4,0%** in quantità e **-4,8%** a fatturato.

Le maggiori criticità riguardano ancora una volta il comparto dell'abbigliamento donna (-7,8% a valore e -7,4% a volume), le cui dinamiche non si discostano peraltro molto da quelle dell'abbigliamento maschile (-7,2% a fatturato). Come già anticipato, in controtendenza le calzature che – dopo una fine anno decisamente sottotono – torna a mostrare variazioni positive seppur alquanto modeste (+0,3% a volume).

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



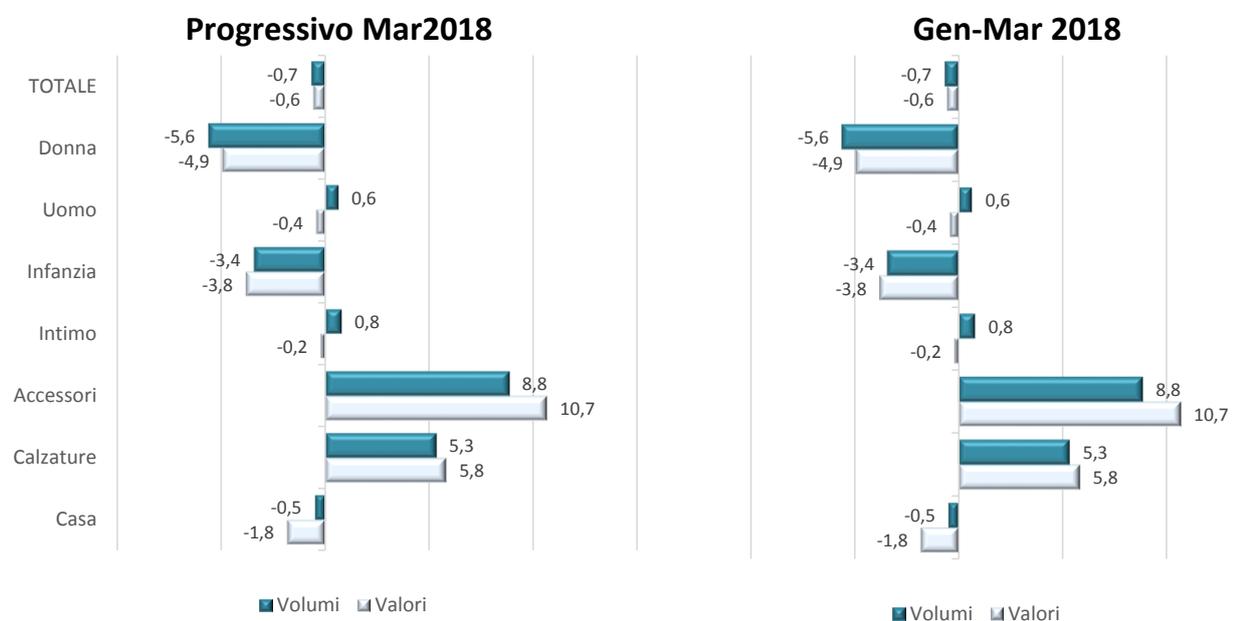
Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

Ancora una volta differenti sono le considerazioni che emergono dall'analisi dei dati relativi alla sola **Distribuzione Moderna** (Ipermercati e Supermercati, Grandi Magazzini, Catene di Abbigliamento), a conferma della ormai consolidata tendenza a preferire tali canali di vendita a scapito di quelli più tradizionali (principalmente negozi indipendenti ed ambulanti).

In tale contesto, le dinamiche rilevate appaiono contrastanti. Alle rimarchevoli variazioni negative registrate dal comparto dell'abbigliamento femminile (anche qui, *worst performer* tra quelli monitorati) si contrappongono infatti i brillanti risultati degli accessori (+10,7% a volume) e quelli, più modesti ma sempre interessanti, delle calzature.

Seppur comunque in calo, il mercato registra una flessione complessiva decisamente più attenuata (inferiore a -1% sia per le quantità che per il fatturato) rispetto al totale mercato.

TREND CONSUMI NON FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO Var % tendenziale – Ipermercati e Supermercati, Grandi magazzini, Catene specializzate



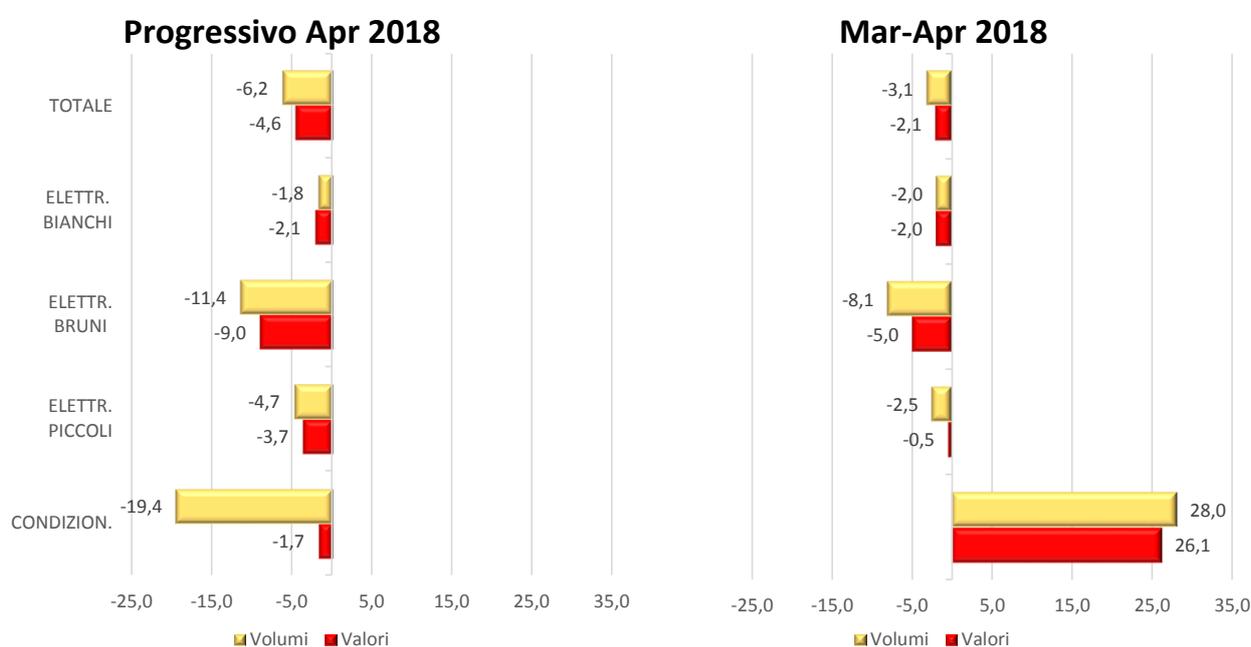
Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

La prima lampante evidenza che emerge dall'analisi delle dinamiche del mercato degli **elettrodomestici** relative al **secondo bimestre** dell'anno è l'inversione di tendenza del comparto degli impianti di **condizionamento**: dopo un inizio anno caratterizzato da una drastica contrazione delle vendite (effetto di rimbalzo sulle eccellenti performance dell'analogo periodo del 2017), il segmento torna a registrare incrementi a due cifre.

Ancora negativi, al contrario, gli altri tre comparti, tali da determinare un'evoluzione complessiva negativa sia sul bimestre (-3,1% a volumi) che a progressivo (-6,2%).

Le peggiori performance (-8,1% a volume, -5,0% a valore) sono associate al comparto degli **elettrodomestici bruni**, il cui declino sembra non arrestarsi; i **piccoli elettrodomestici** e gli **elettrodomestici bianchi** mostrano dinamiche, per quanto negative, meno marcate.

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

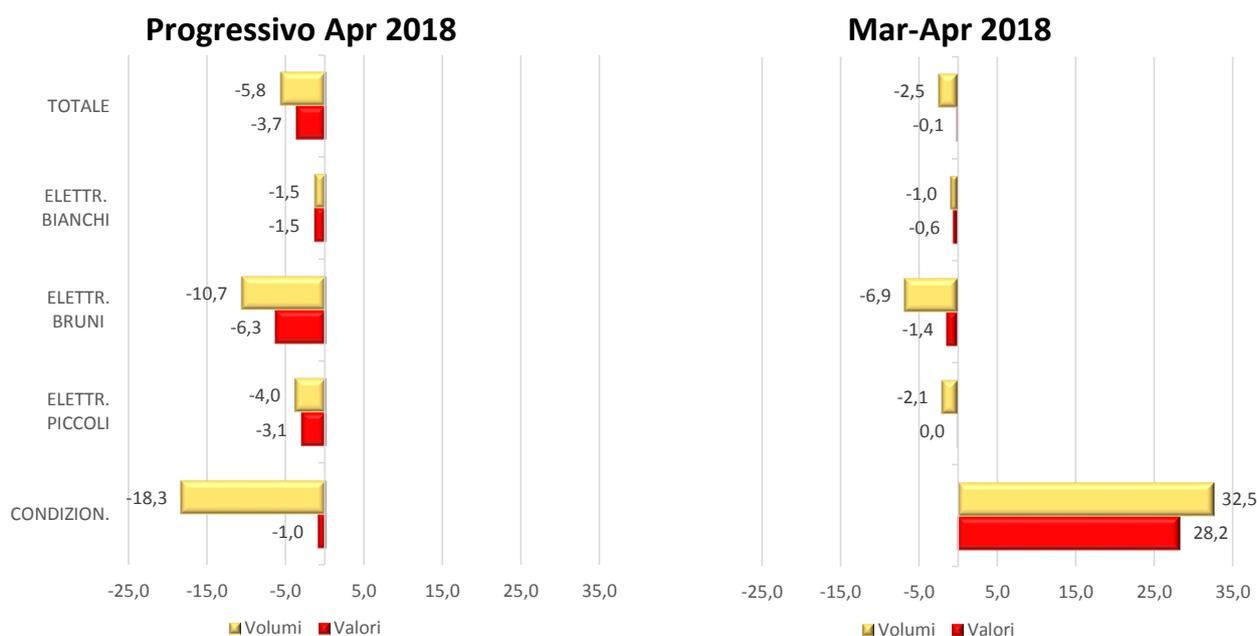


Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Il quadro riferito alla sola **Distribuzione Moderna** porta a considerazioni analoghe a quelle innanzi riportate: l'analisi conferma performance eccellenti per il comparto degli **impianti di condizionamento** e dinamiche al contrario poco brillanti – solo lievemente mitigate rispetto al trend registrato a totale mercato – per gli altri settori.

Mentre il primo mostra variazioni tendenziali che oscillano intorno al +30%, negativo è invece il trend degli altri comparti, più spiccato per gli elettrodomestici bruni (come d'altronde già rilevato a totale mercato), meno forte per i restanti settori.

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, la panoramica ricostruibile dall'analisi dei dati relativi il **secondo bimestre del 2018** è di fatto pressoché sovrapponibile a quella già rappresentata nel bimestre precedente: come allora, anche **a marzo-aprile** si registrano a totale mercato dinamiche negative per le quantità veicolate (**-9,9%**) e positive per i fatturati (**+6,0%**).

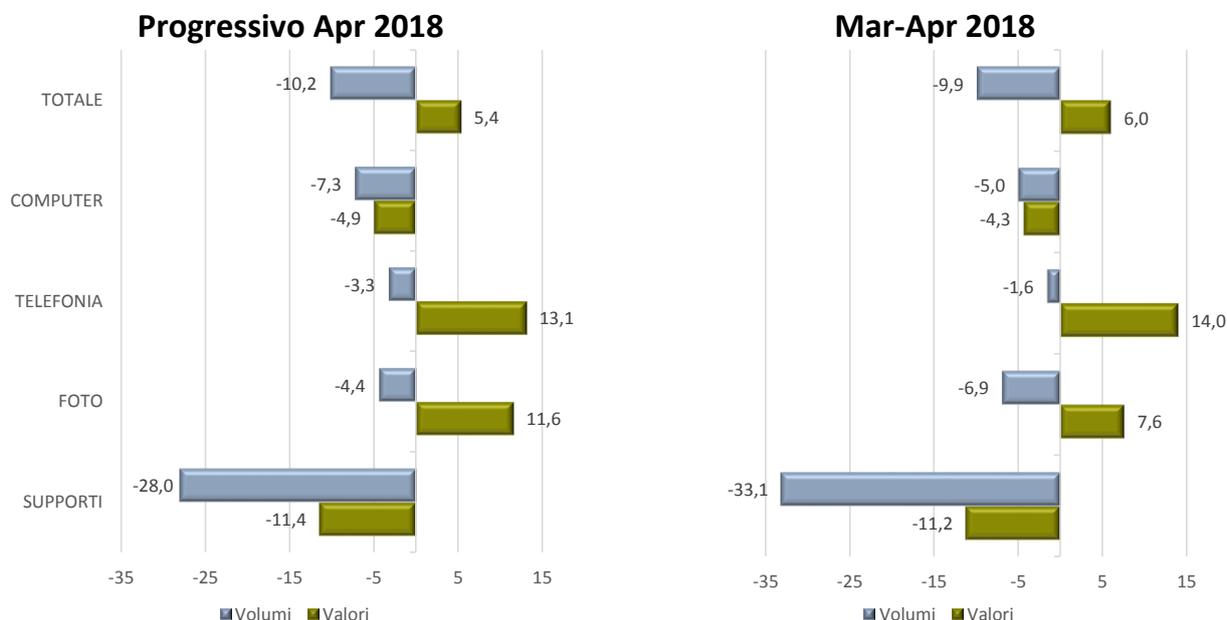
Tale dinamica generale è determinata da performance assai differenziate per i diversi comparti.

Il settore dello **storage** continua inesorabilmente a mostrare decrementi a doppia cifra (-33,1% a volume, -11,2% a valore).

Come nel bimestre precedente, la **telefonia** mostra un rilevante incremento di fatturato (+14,0%) associato tuttavia a una pur debole flessione in quantità (-1,6%). Analoga discrepanza è rilevata nel settore della **fotografia**: il comparto registra un pressoché identico gap tra variazioni a valore e a volume, traslato tuttavia verso il basso.

Il comparto dell'**informatica** presenta infine variazioni negative sia a valore (-4,3%) che a volume (-5,0%).

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



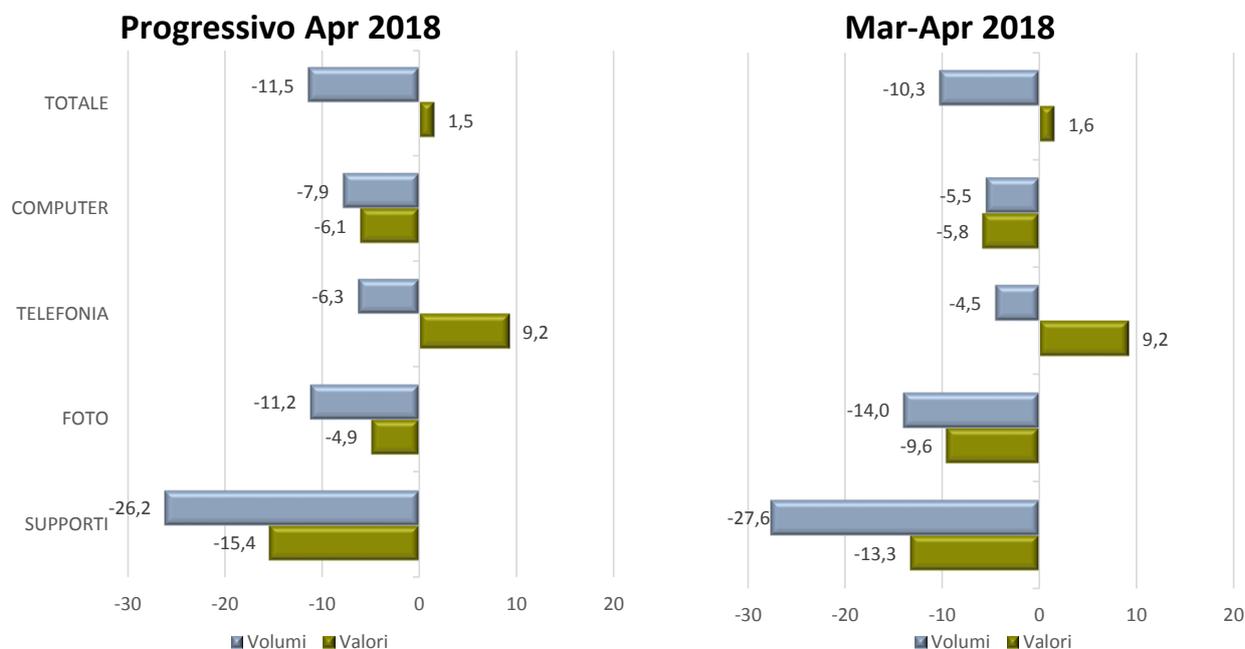
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Limitando lo sguardo alla sola **Distribuzione Moderna**, si osserva un trend in linea con il totale mercato, negativo a doppia cifra a volume (-10,3%) ma positivo a valore (+1,6%).

Rispetto a quest'ultimo, si rileva tuttavia un calo più marcato per la **fotografia**, negativa in tale contesto sia in quantità (-14,0%) che a fatturato (-9,6%). Simili le dinamiche degli altri comparti.

TREND CONSUMI NON FOOD – INFORMAZIONE

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



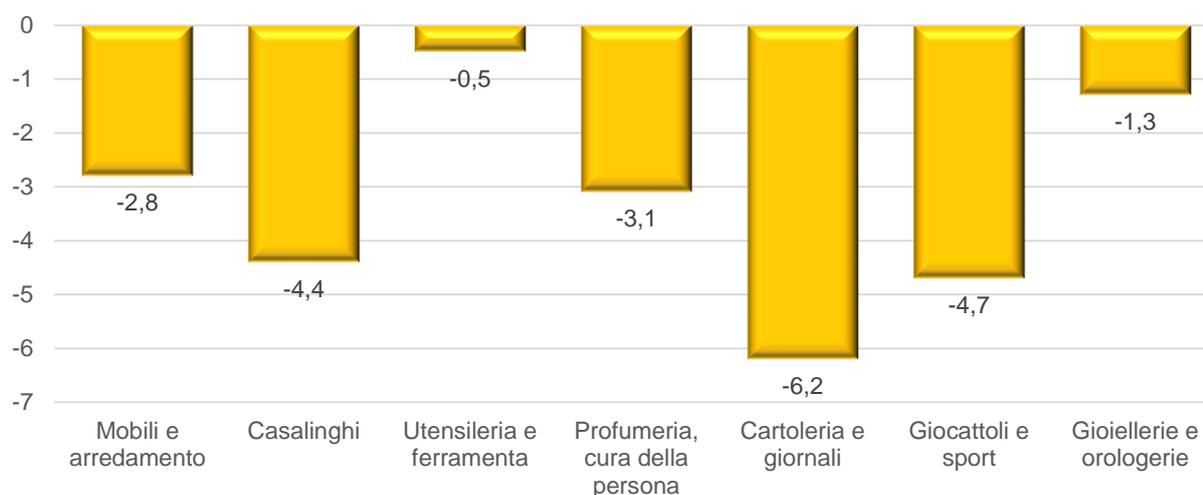
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

In un quadro generale fortemente impattato dagli effetti distortivi della diversa calendarizzazione di Pasqua, a **aprile** il valore delle vendite al dettaglio dei **prodotti non alimentari** risulta negativo per il quarto mese consecutivo: il comparto registra un decremento pari a **-2,3%** (-1,1% a progressivo), a testimonianza di un atteggiamento delle famiglie che permane prudente nei confronti dei consumi.

La flessione è comune a tutti i gruppi di prodotto ad eccezione degli “Elettrodomestici, radio, tv e registratori”, per il quale si ha una variazione nulla; le flessioni maggiori su base annua riguardano i gruppi “Cartoleria, libri, giornali e riviste” (-6,2%), i “Giochi, giocattoli, articoli sportivi e campeggio” (-4,7%) e “I generi casalinghi durevoli e non durevoli” (-4,4%).

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

Aprile 2018



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

APPENDICE

Dettagli del trend per:

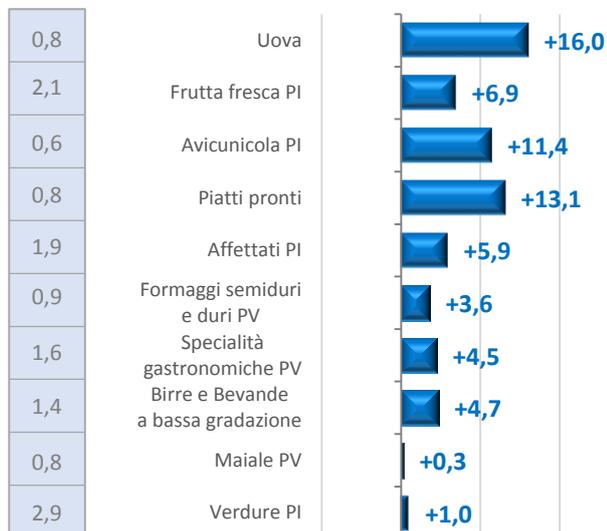
- 1. Famiglie a tot. fatturato**
- 2. Area e Categoria merceologica nel Grocery**
- 3. Area e Comparto Non Food**

1. Famiglie a tot. fatturato

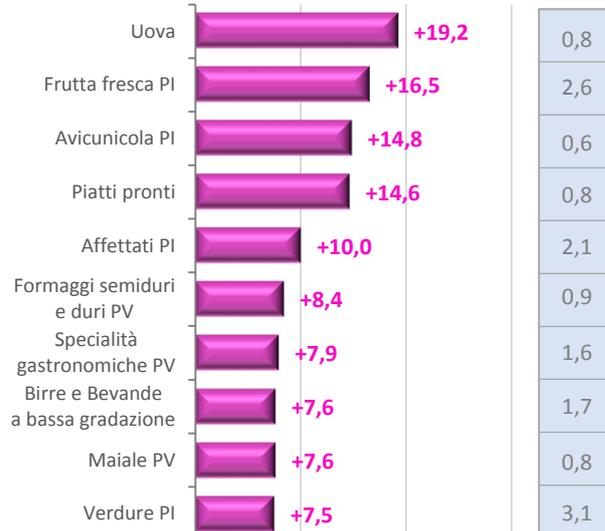
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Maggio 2018



Mese - Maggio 2018

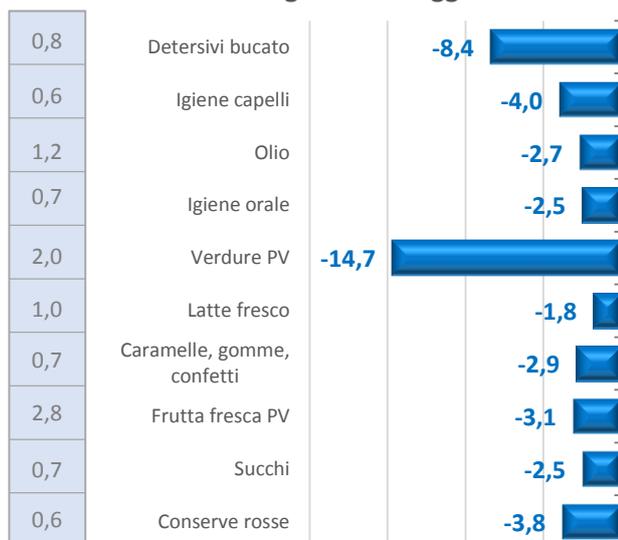


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

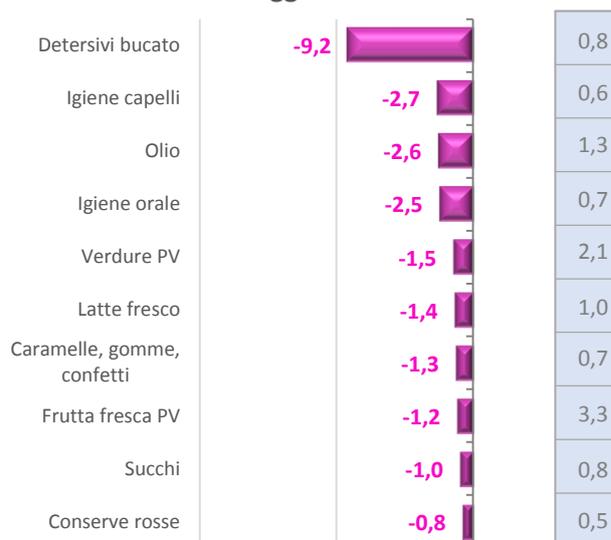
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Maggio 2018



Mese - Maggio 2018



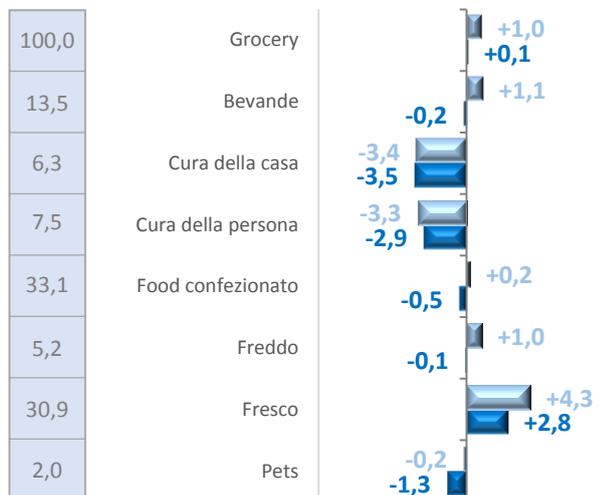
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

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

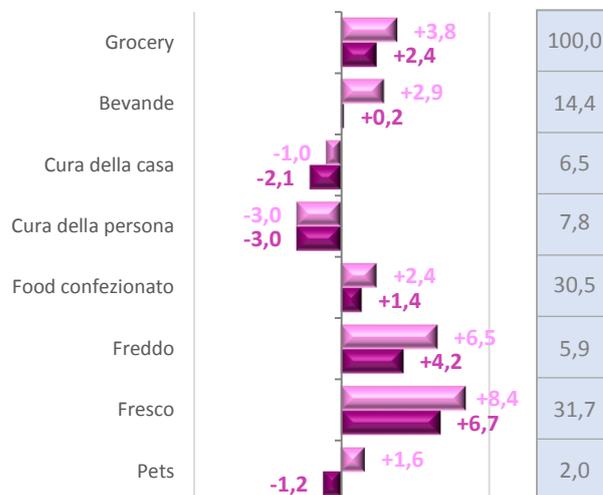
Progressivo Maggio 2018



■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

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

Mese - Maggio 2018

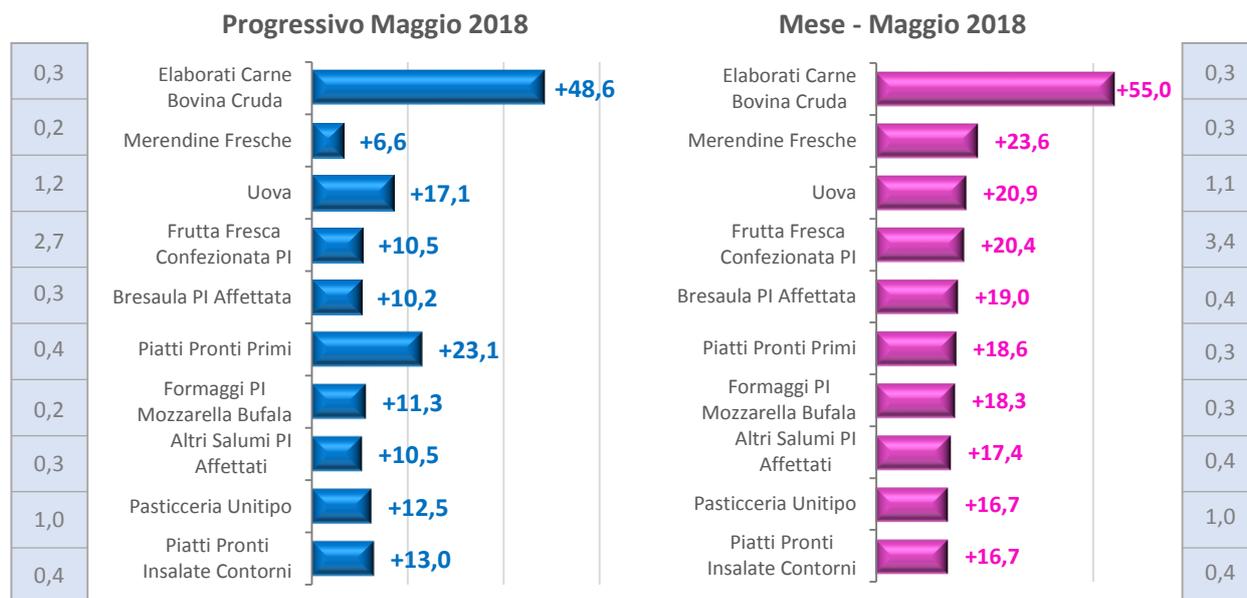


■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE

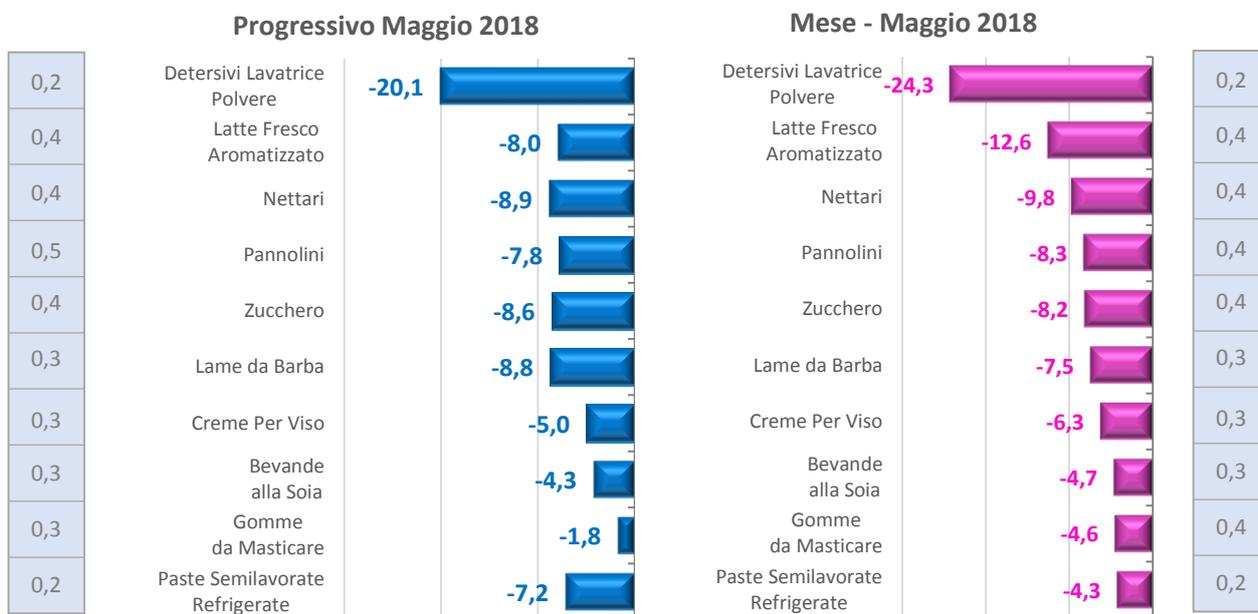
Variation % a rete corrente – Valori vs anno precedente



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

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variation % 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-Maggio 2018*

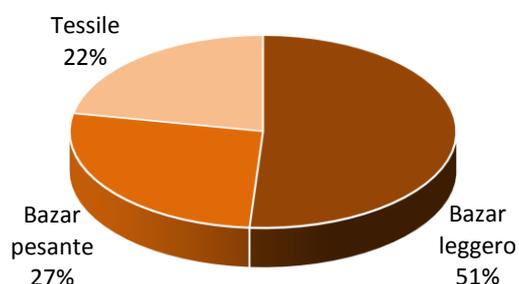
**INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD SU TOTALE NEGOZIO**

7,3%

**VENDITE VALORE
NON FOOD**

1.951,1 mln di €

**INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD**



Trend % Valore

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

	Progressivo Anno Corrente		
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	26.754.979.840,0	0,1	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	24.446.574.752,0	0,4	91,4
NO FOOD	1.951.139.224,0	-7,2	7,3
BAZAR LEGGERO	997.364.588,0	-6,6	3,7
CASALINGHI	279.788.400,0	-6,7	1,0
GIOCHI E TEMPO LIBERO	139.945.194,0	-6,9	0,5
LIBRI E GIORNALI	74.361.271,0	-6,3	0,3
GIARDINAGGIO	155.220.099,5	-9,6	0,6
CANCELLERIA	76.543.234,8	-4,7	0,3
FAI DA TE	101.573.027,5	-8,1	0,4
SPORT E TEMPO LIBERO	83.861.707,3	7,5	0,3
VEICOLI A MOTORE	60.154.905,5	-13,4	0,2
ASCOLTO E VISIONE	11.883.395,6	-24,9	0,0
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	10.335.276,8	33,2	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	3.698.085,0	-17,1	0,0
BAZAR PESANTE	524.317.868,0	-8,8	2,0
TELEFONIA	201.633.767,5	-7,8	0,8
ELETR.BRUNI	115.147.028,5	-11,9	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	83.101.408,5	-8,6	0,3
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	48.498.133,0	-14,5	0,2
ELETR.BIANCHI	40.197.732,4	-4,0	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	34.313.153,5	-0,2	0,1
UFFICIO-CASA	1.049.758,9	-1,2	0,0
ELETTRONICA	376.884,4	-26,3	0,0
TESSILE	429.456.774,0	-6,7	1,6
ABBIGLIAMENTO	275.799.584,0	-8,0	1,0
TESSILE CASA	99.475.972,5	-1,2	0,4
CALZATURE PELLETERIA	54.181.213,9	-9,4	0,2
ALTRO	357.265.738,0	19,7	1,3

Fonte: Nielsen

*Aggiornato al 27 maggio 2018