
**DISTRIBUZIONE MODERNA
ORGANIZZATA:**

La dinamica del mercato

Giugno 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

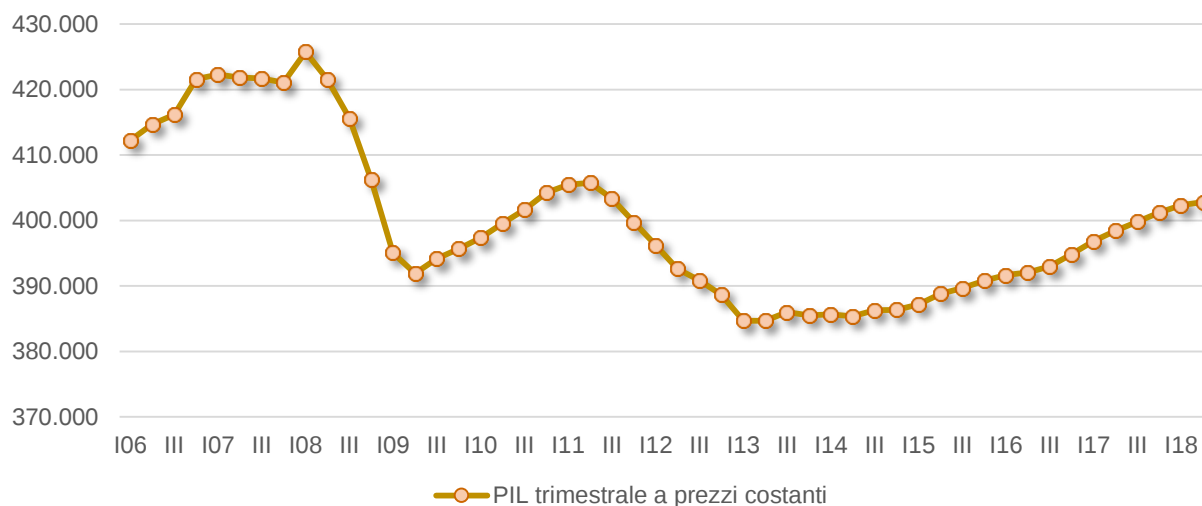
SCENARIO ECONOMICO GENERALE

INDICATORI CONGIUNTURALI

Secondo i dati preliminari diffusi dall'Istituto Statistico Italiano, nel secondo trimestre del 2018 il **PIL italiano** – destagionalizzato e corretto dagli effetti di calendario – è aumentato del +0,2% rispetto al trimestre precedente e del **+1,1%** su base annua (la crescita tendenziale era stata pari a +1,4% nel trimestre precedente). La frenata congiunturale è determinata da un deciso calo della componente estera; dal lato dell'offerta, il rallentamento è sintesi di una diminuzione del valore aggiunto nel comparto dell'agricoltura, silvicoltura e pesca e di un aumento sia in quello dell'industria che in quello dei servizi.

Gli analisti dell'Istat segnalano che, con il risultato del secondo trimestre, la durata dell'attuale fase di espansione dell'economia italiana raggiunge 16 trimestri, con una crescita complessiva nell'arco di questo periodo del +4,5%. Il livello del Pil risulta tuttavia inferiore dello 0,7% rispetto al precedente picco del secondo trimestre del 2011 e del 5,4% più basso del massimo storico del primo trimestre 2008.

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



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

Fonte: Istat

Secondo Eurostat, nel secondo trimestre del 2018 l'**Unione Europea** (a 28 paesi) ha fatto registrare un incremento tendenziale pari a **+2,2%**, in decelerazione rispetto al primo trimestre dell'anno quando cresceva del +2,4%.

Il quadro di un'economia del vecchio continente in "rallentamento" (con il permanere di un differenziale importante tra Italia e resto dell'Europa) è in linea con le previsioni di crescita della Commissione Europea, che a metà luglio aveva limato sia le aspettative sull'Italia per il "timore o incertezza riaffioranti in materia di politica economica" che quelle dell'intera eurozona in virtù del "quadro internazionale instabile a causa della volatilità dei mercati e delle tensioni commerciali legate ai dazi".

In tale quadro, sempre più lontani risultano essere gli obiettivi definiti a aprile dal Def del governo Gentiloni (+1,5% per il 2018).

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

Fonte: Istat – Eurostat – OCSE (USA)

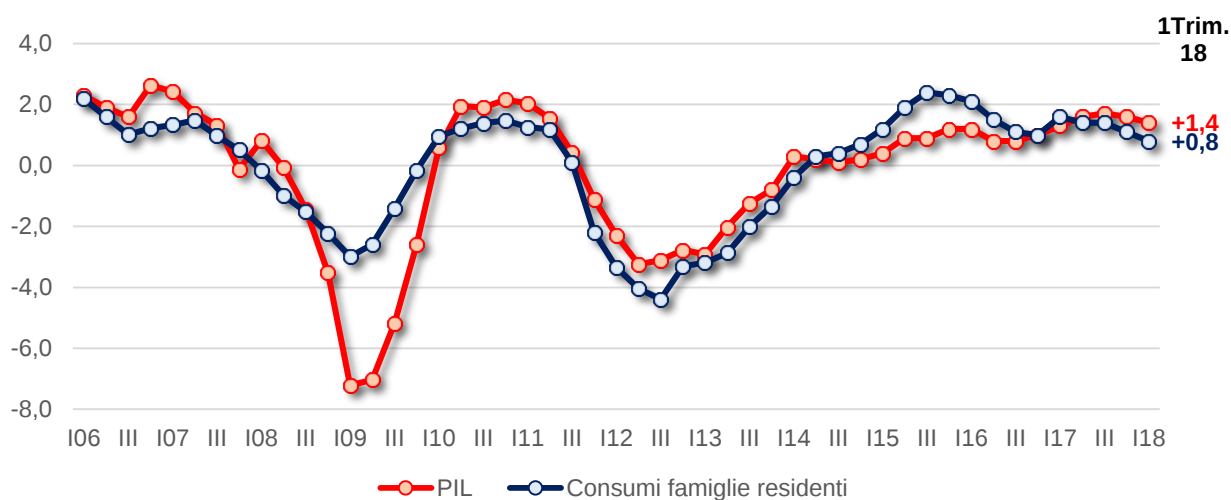
* Dato provvisorio

In rallentamento nel primo trimestre 2018 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

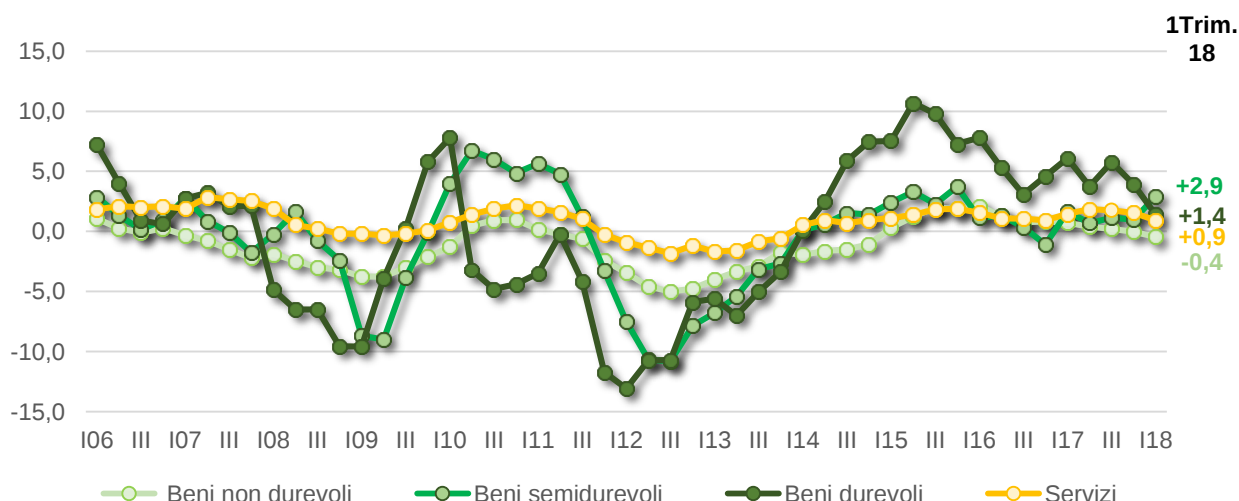
PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



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

Prosegue l'andamento altalenante della **produzione industriale**. Dopo il calo del -1,3% registrato a aprile (preceduto a sua volta da -1,7% di gennaio, -0,6% di febbraio e +1,2% di marzo), a **maggio** l'indice destagionalizzato ha infatti re-invertito la rotta, aumentando congiunturalmente del **+0,7%**. Una crescita che, tuttavia, non riesce a far tornare in territorio positivo il consuntivo trimestrale: mediamente, nel periodo marzo-maggio la produzione è diminuita del -0,4% sul trimestre precedente.

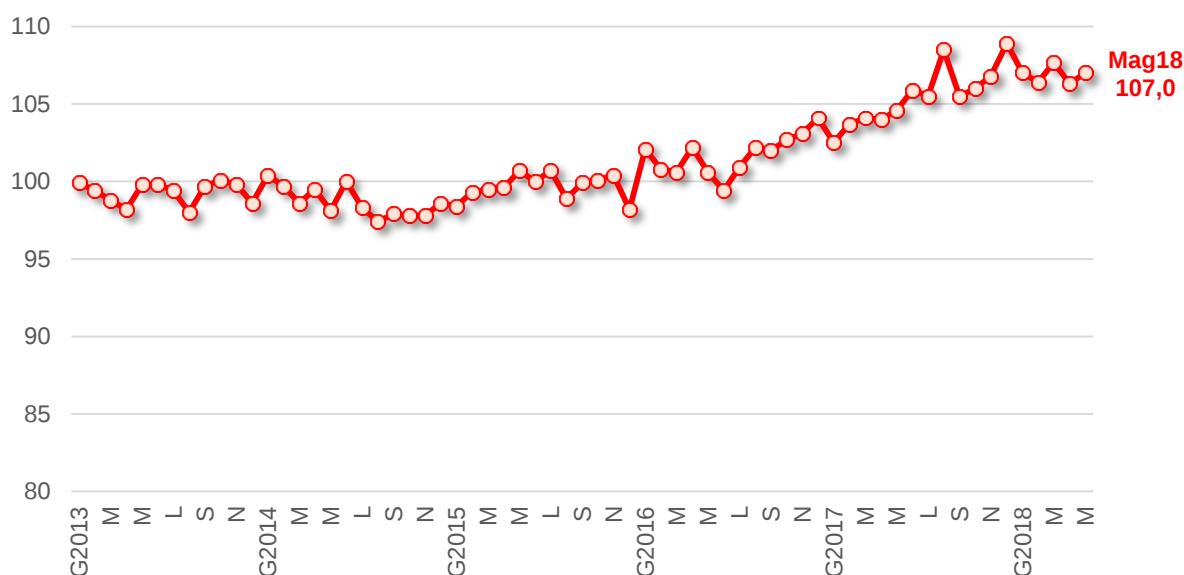
Tra aprile e maggio risulta in crescita la produzione di tutti i raggruppamenti principali di industrie, tranne quella dei beni di consumo durevoli (-1,2%). In generale, la produzione di beni di consumo è aumentata del +0,2% (con un +0,5% per quelli non durevoli), quella di beni strumentali del +0,4%, quella di beni intermedi del +0,9% mentre quella di energia del +1,2%.

Anche su base tendenziale la produzione ha mostrato risultati incoraggianti. Rispetto ad un anno fa l'indice generale corretto dagli effetti di calendario è aumentato del **+2,1%**, riflettendo un incremento in quasi tutti i settori considerati, ad eccezione – in modo analogo all'evoluzione mensile – dei beni di consumo durevoli (-2,4%); in crescita del +3,0% quelli non durevoli, del +3,1% i beni strumentali e del +2,2% l'energia.

Nei primi cinque mesi del 2018 la produzione è aumentata su base annua del +2,8%.

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE

Valori destagionalizzati – 2015=100



Fonte: Istat

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



Mentre si discute su CETA e avanzano le tensioni commerciali tra USA e Europa, i dati sul commercio estero di **maggio** riportano, dopo due mesi di crescita, una frenata delle **esportazioni**. Il calo (**-0,8%** su base annua) coinvolge esclusivamente le vendite fuori dai confini europei (-2,8%): tra i paesi che contribuiscono maggiormente al decremento, ritroviamo i paesi OPEC (-16,6%), la Turchia (-11,3%), la Russia (-10,7%) e la Cina (-5,7%). Si registra al contrario una crescita (+0,7%) per i paesi UE.

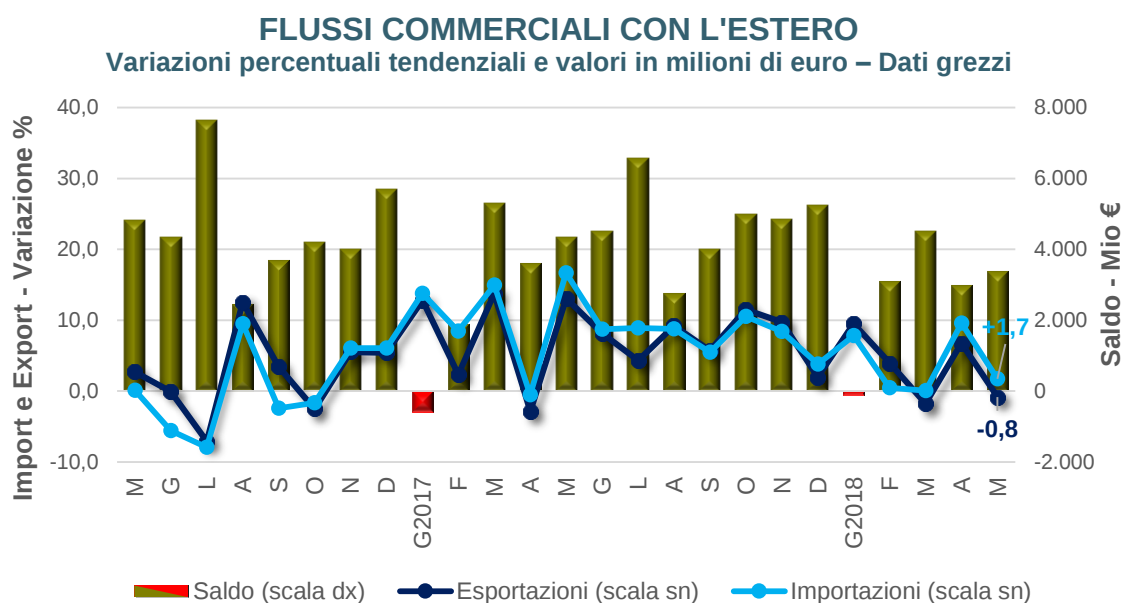
Tra i settori che maggiormente hanno risentito della diminuzione tendenziale dell'export, si segnalano gli "Autoveicoli" (-10,0%), i "Macchinari e apparecchi n.c.a." (-3,0%), gli "Articoli sportivi, giochi, strumenti musicali, preziosi, strumenti, medici e altri prodotti n.c.a." (-7,8%) e le "Sostanze e prodotti chimici" (-4,2%); nello stesso mese contribuiscono positivamente i "Prodotti petroliferi raffinati" (+14,1%) e gli "Articoli di abbigliamento, anche in pelle e in pelliccia" (+5,1%).

Effetto anche dell'incremento tendenziale del **+1,7%** registrato nello medesimo mese dalle importazioni, si rileva un calo del **surplus commerciale** di circa un miliardo di euro rispetto all'anno scorso (da +4.344 milioni di euro a maggio 2017 a +3.378 milioni a maggio 2018).

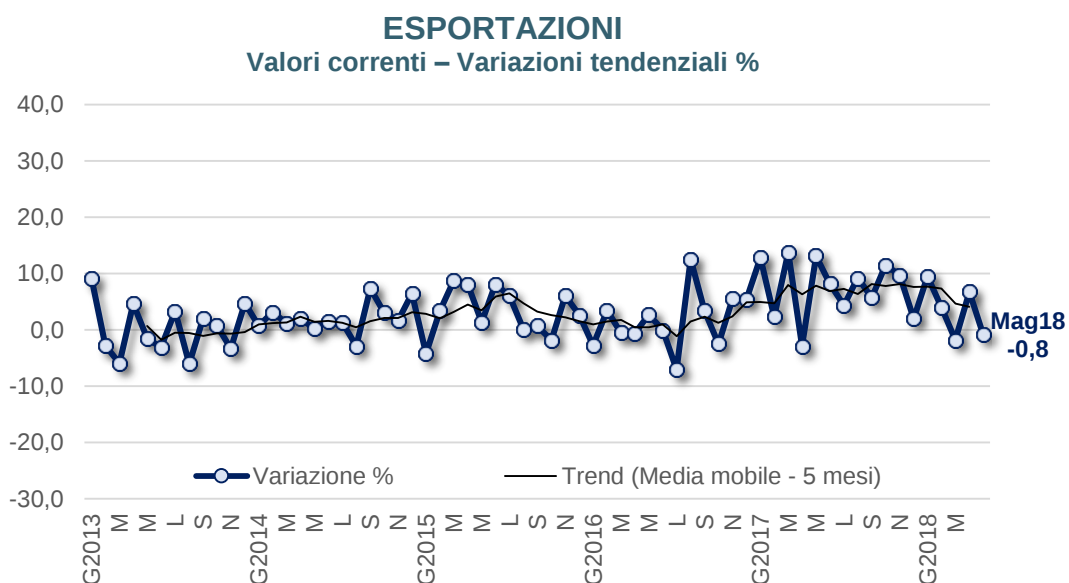
Esportazioni (Valori correnti)	1° trimestre 2017	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018
Var. % su scorso anno	+9,6%	+6,2%	+6,1%	+7,7%	+3,3%

Fonte: Istat

Nei primi cinque mesi dell'anno la dinamica tendenziale dell'export rimane comunque positiva, seppure in rallentamento rispetto a quella registrata nello stesso periodo dell'anno scorso (+3,0% nel 2018, nel 2017 era +7,8%); l'avanzo commerciale raggiunge +13.895 milioni di euro (+29.644 milioni al netto dei prodotti energetici).



Fonte: Istat



Fonte: Istat

A **maggio** il **cambio euro-dollaro** ha mantenuto la tendenza ribassista già riscontrata 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

Lieve peggioramento del mercato del lavoro a **giugno**: dopo tre mesi di sostenuta crescita, l'**occupazione** mostra infatti un calo congiunturale che si concentra soprattutto tra gli uomini e le persone con più di 35 anni; contestualmente, torna ad aumentare la **disoccupazione** e continua a diminuire l'inattività.

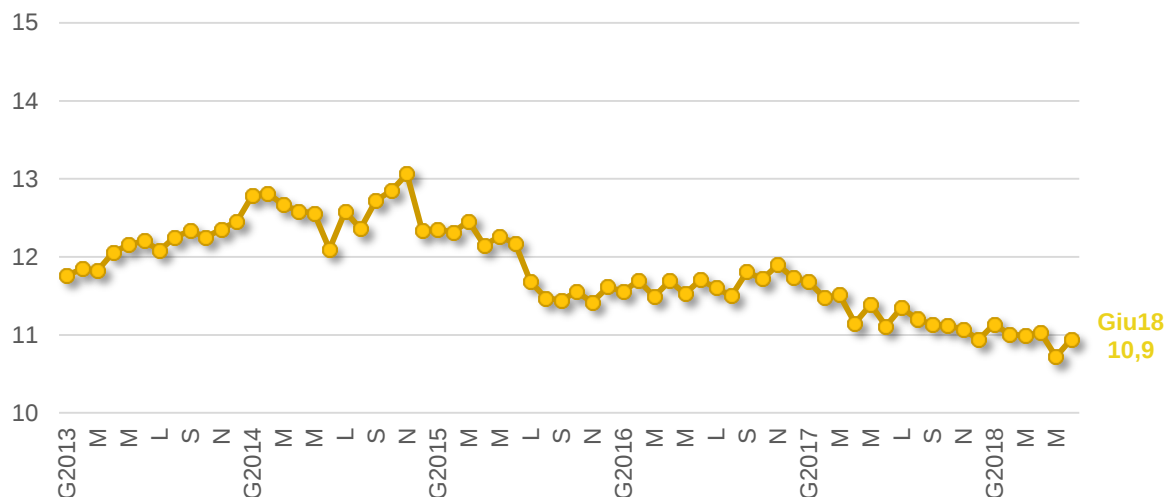
A giugno, la stima Istat degli **occupati** registra un decremento del -0,2% rispetto a maggio, pari a -49 mila unità. La diminuzione congiunturale coinvolge soprattutto il sesso maschile (-42 mila) e le persone di 35 anni o più (-56 mila). Il calo si concentra tra i dipendenti permanenti (-56 mila) e in misura più contenuta tra gli indipendenti (-9 mila). Continuano a crescere, al contrario, i dipendenti a termine (+16 mila), che aggiornano di nuovo il loro record storico, raggiungendo i 3 milioni e 105 mila: la crescita dei dipendenti a tempo non conosce quindi tregua, dal momento che si tratta infatti del sesto rialzo consecutivo.

Grazie alla spinta dei due mesi precedenti, il bilancio del trimestre in termini di occupazione è positivo: nonostante la flessione registrata a giugno, nel periodo **aprile-giugno 2018** si stima una rilevante crescita degli **occupati** (+0,8% rispetto al trimestre precedente, pari a +196 mila). L'aumento interessa entrambe le componenti di genere, coinvolge le persone di 25 anni o più e tra queste principalmente gli ultracinquantenni (+140 mila). Crescono nel trimestre i lavoratori a termine (+123 mila) e gli indipendenti (+75 mila) mentre restano sostanzialmente stabili i dipendenti permanenti.

Il tasso di **disoccupazione** sale a giugno al **10,9%**, in aumento di 0,2 punti percentuali su base mensile, con un numero dei disoccupati pari a 2 milioni e 866 mila.

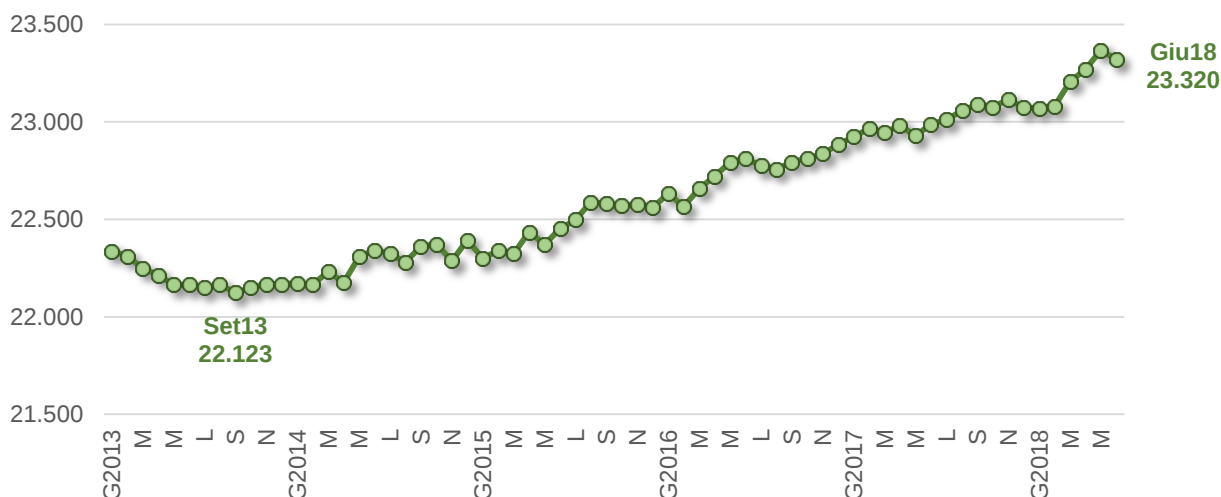
Torna a crescere a giugno anche il **tasso di disoccupazione giovanile** (15-24 anni) risultando pari al 32,6%, in rialzo di 0,5 punti percentuali su maggio: il livello degli under25 in cerca di occupazione è nettamente inferiore al massimo raggiunto nel marzo del 2014 (43,5%) ma ancora di 13 punti superiore rispetto al minimo toccato nel febbraio 2007 (quando era 19,5%).

TASSO DI DISOCCUPAZIONE Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – Migliaia



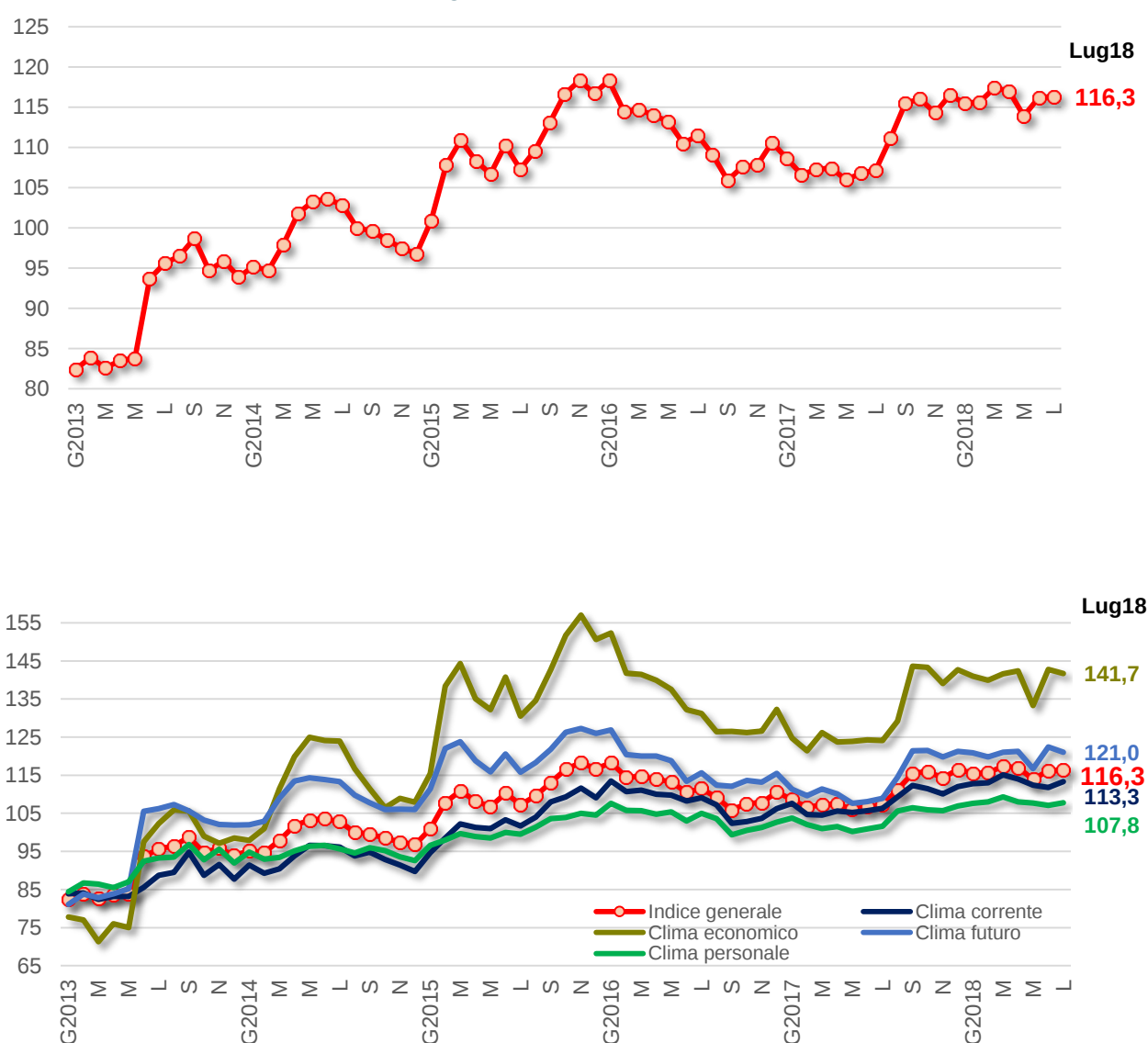
Fonte: Istat

Resta stabile a **luglio** l'indice del **clima di fiducia dei consumatori**: stante la stima dell'Istat, l'indicatore si attesta su livelli analoghi a quelli di giugno (da 116,2 a **116,3**).

La stazionarietà rilevata riflette dinamiche eterogenee delle sue componenti: il clima economico e quello futuro registrano un calo (rispettivamente da 142,8 a 141,7 e da 122,4 a 121,0) mentre il clima personale e quello corrente, dopo la diminuzione degli ultimi tre mesi, tornano a aumentare (da 107,1 a 107,8 e da 111,8 a 113,3).

Analizzando nel dettaglio le singole costituenti, si rileva un peggioramento delle attese sulla situazione economica dell'Italia e sulla situazione economica della famiglia; a compensazione, migliorano i giudizi sulla situazione economica attuale, sulle opportunità di risparmio e sul bilancio familiare.

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



Fonte: Istat

Stabile a **luglio** (da 105,5 a **105,4**) anche l'indice composito del **clima di fiducia delle imprese**.

La disaggregazione dell'indice generale nelle sue diverse componenti evidenzia dinamiche differenziate: segnali negativi provengono dal **commercio al dettaglio** dove l'indice diminuisce (da 103,9 a 102,6); l'indicatore rimane stabile nel **settore manifatturiero** (a quota 106,9) e aumenta nelle **costruzioni** (da 132,9 a 139,9).

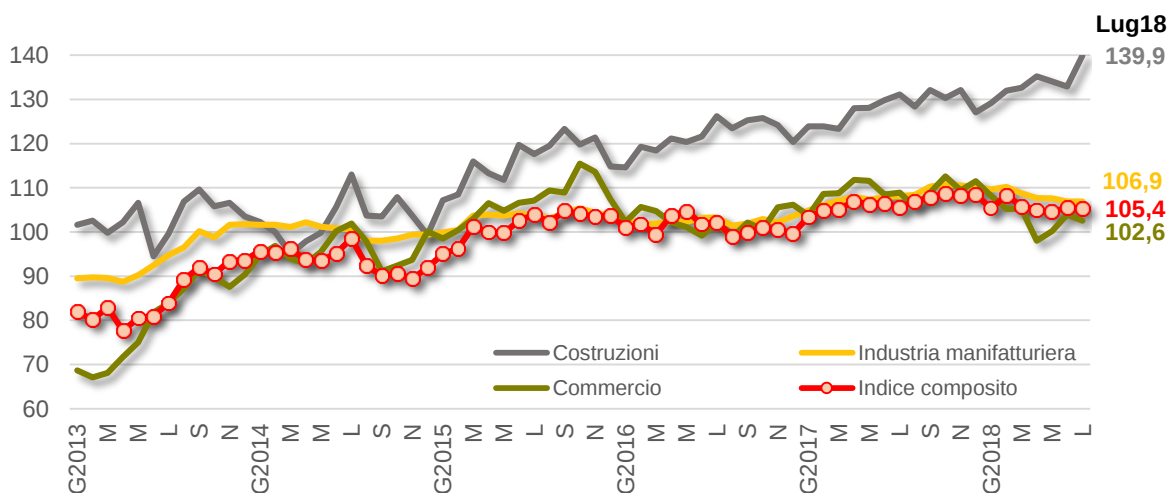
Nel comparto **manifatturiero** peggiorano per il secondo mese consecutivo i giudizi sugli ordini mentre migliorano le attese sulla produzione; le scorte sono giudicate in decumulo rispetto al mese scorso.

Nel settore delle **costruzioni**, si registra un deciso miglioramento sia dei giudizi sugli ordini sia delle aspettative sull'occupazione presso l'azienda.

Con riferimento al settore dei **servizi**, la diminuzione dell'indice di fiducia riflette una dinamica negativa dei giudizi sia sugli ordini attuali sia sull'andamento degli affari; segnali positivi provengono dalle aspettative sugli ordini.

Il deterioramento della fiducia nel **commercio al dettaglio** è caratterizzato da attese sulle vendite future e da giudizi sulle scorte di magazzino in peggioramento soprattutto nella grande distribuzione; in miglioramento rispetto al mese scorso, invece, i giudizi sulle vendite correnti.

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



Fonte: Istat

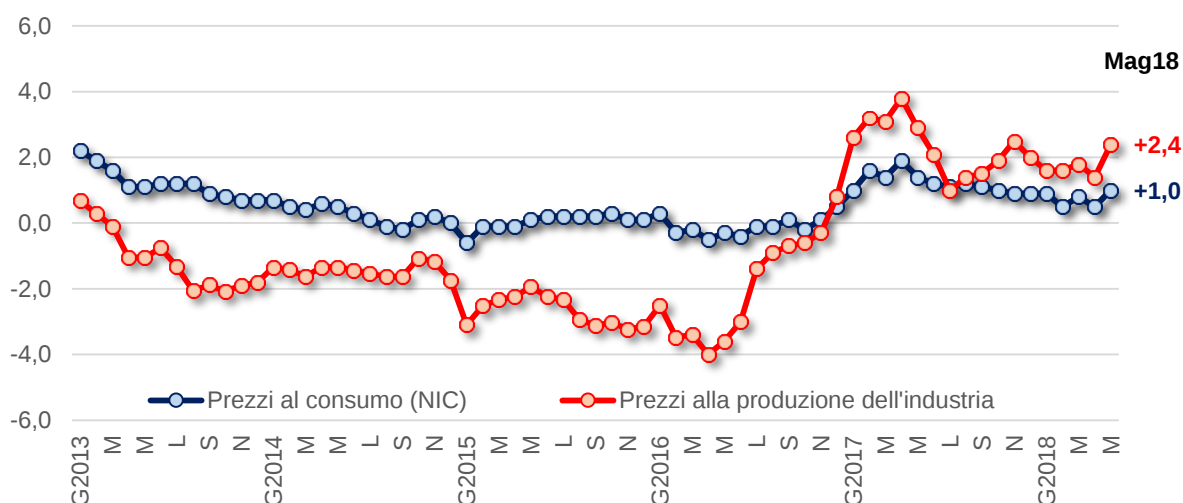
Dopo l'andamento debole e incerto mostrato nei primi mesi dell'anno, **l'inflazione accelera a maggio**, raddoppiando l'incremento mostrato a aprile (da +0,5% a **+1,0%**), spinta verso l'alto da beni e servizi di grande rilevanza nelle spese quotidiane delle famiglie.

A fare da traino, infatti, i rincari registrati dagli alimentari non lavorati, freschi in particolare: hanno pesato, nello specifico, i fattori stagionali che hanno spinto verso l'alto i prezzi di frutta fresca e refrigerata, con un rialzo su base annua del +8,1%, il livello più alto da maggio 2017.

Anche i carburanti hanno segnato decise accelerazioni: il gasolio per mezzi di trasporto è salito del 2,8% su base congiunturale, che diventa +7,2% su base annua, mentre la benzina aumenta dello 2,4% rispetto a aprile e del +5,2% su base tendenziale. In entrambi i casi gli incrementi annui sono i più alti da un anno.

A **maggio 2018**, l'indice dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali** aumenta congiunturalmente dello +0,3%; su base annua la crescita registrata (**+2,4%**) risulta in accelerazione rispetto al tasso tendenziale registrato a maggio (+1,4%).

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat

IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Il **primo semestre** del **2018** si chiude con una sostanziale stabilità del **fatturato di ipermercati e supermercati (-0,1%)**. Il dato generale nasconde una sofferenza (più volte rilevata negli ultimi report) dei grandi ipermercati (-3,1%); mostrano al contrario una lieve crescita i punti di vendita di dimensioni inferiori (+0,8%).
- Dopo le brillanti performance di **maggio** (+3,2%), a **giugno** il trend a valore della totalità di iper e super è stato pari a **-0,9%**; tra i formati, gli iper>4500 mq perdono il -3,9% mentre gli iper+super 400-4499 mq rimangono stabili.
- Come nel mese scorso, le migliori performance sono registrate dai punti di vendita dell'**Area 2**, gli unici peraltro con segno positivo (+1,8%); in affanno, al contrario, il Centro (-2,8%) e il Sud (-2,5%).
- A fronte di una sostanziale stabilità nel primo semestre per le referenze del LCC (+0,1%) e del fresco (+0,4%), sul mese si registra una crescita per quest'ultimo pari al +0,7%, una lieve riduzione del LCC (-1,4%) e un significativo decremento del No Food (-10,2%).
- Analogamente all'analisi a rete corrente, anche **l'analisi a parità di rete** mostra a giugno un segno negativo: in tale contesto crescono solo i discount (+1,6%) mentre arretrano tutti gli altri formati, in particolare gli ipermercati di grandi dimensioni (-4,9%).
- 11 gruppi distributivi (su un totale di 18 monitorati) hanno registrato una performance negativa a giugno; considerazione analoga vale per l'intero primo semestre 2018 (con segni divergenti nei due periodi per soli due gruppi).
- Relativamente all'andamento del **grocery** a totale Italia, a **giugno** la crescita del fatturato è stata pari al **+1,2%** (-0,1% a volume). Tra gli store format, continuano a registrare dinamiche interessanti i discount (+5,7%) mentre rallenta il trend degli specialisti drug (+2,3%), l'altro formato che ha mostrato vivaci crescite nell'ultimo periodo. Il distacco con i "concorrenti" è netto: in positivo a valore ma con incrementi decisamente modesti i super e iper di medie e piccole dimensioni mentre in difficoltà i grandi ipermercati (-2,1%) e il libero servizio (-2,2%).

Considerazioni analoghe (pur con variazioni di entità diversa) valgono per il dato complessivo del primo semestre.

- Pur se in lieve calo rispetto al mese precedente, si mantiene vivace la dinamica inflazionistica già rilevata negli ultimi mesi: 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 a **giugno** un aumento tendenziale pari a +1,7%.

Particolarmente robusto, in particolare, l'incremento dei prezzi delle referenze a peso variabile (+3,2%), fortemente condizionato, dopo i ribassi dei mesi precedenti, dal rilevante rialzo registrato dalla verdura (+8,8%). I prezzi delle referenze del Largo Consumo Confezionato mostrano a giugno una decelerazione della crescita, registrando un rialzo del +1,1% (era pari a +1,6% il mese precedente).

- A **giugno 2018**, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (**Iper+Super**), pari al 30,6%, risulta in calo di 1,3 punti percentuali rispetto a giugno 2017 e in lieve

aumento rispetto al mese precedente (+0,2 p.p.). Il calo su base annua (una costante degli ultimi 12 mesi, pur con entità mensili variabili) è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 35,7% a 34,2%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 31,0% a 29,7%).

- Riposizionandosi su valori in linea con quelli rilevati nel medesimo mese dello scorso anno, a **giugno** la **Marca del Distributore** registra una riduzione di quota rispetto a quella mostrata a maggio (da 19,9% a 19,2%). Sul progressivo, spinta da un incremento delle vendite del +2,8%, la Marca del Distributore incrementa la sua quota a 19,3%.
- Dalle più recenti indicazioni sui **Consumi Non Alimentari** emerge un quadro composito, con differenze anche rilevanti a seconda delle categorie merceologiche.
- 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.

- Ancora negativa a **maggio** (-1,1%), la variazione su base annua del valore delle **vendite al dettaglio dei prodotti non alimentari** rilevata dall'Istat: il decremento complessivo nei primi 5 mesi dell'anno, pari a -1,0%, mette in luce una situazione che *"che ancora desta preoccupazione alle aziende del commercio, in quanto segnale che vengono ancora procrastinati acquisti non indispensabili"*, commenta Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.

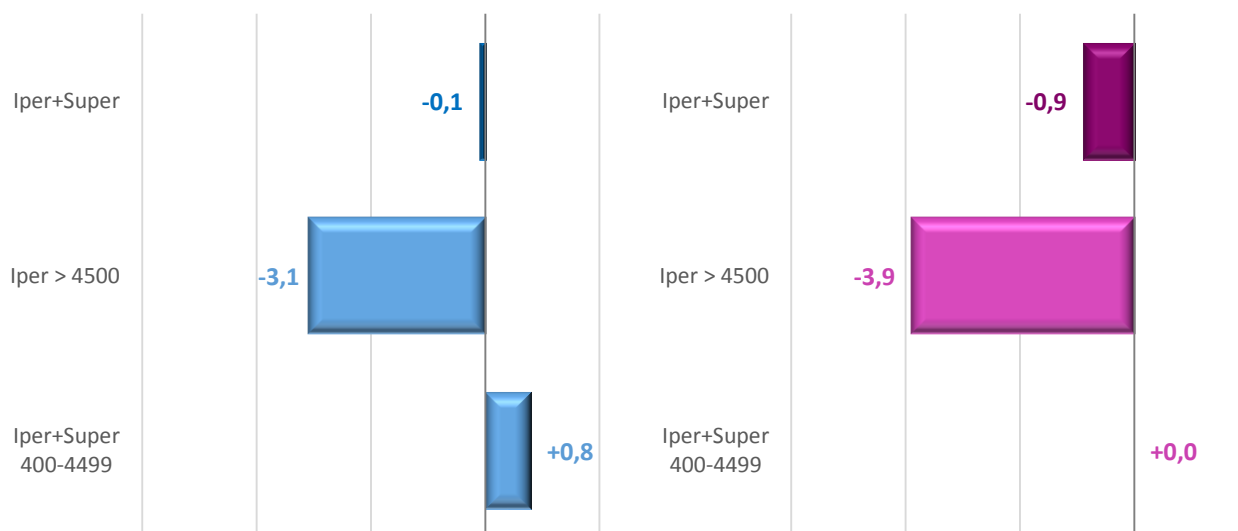


LE VENDITE

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

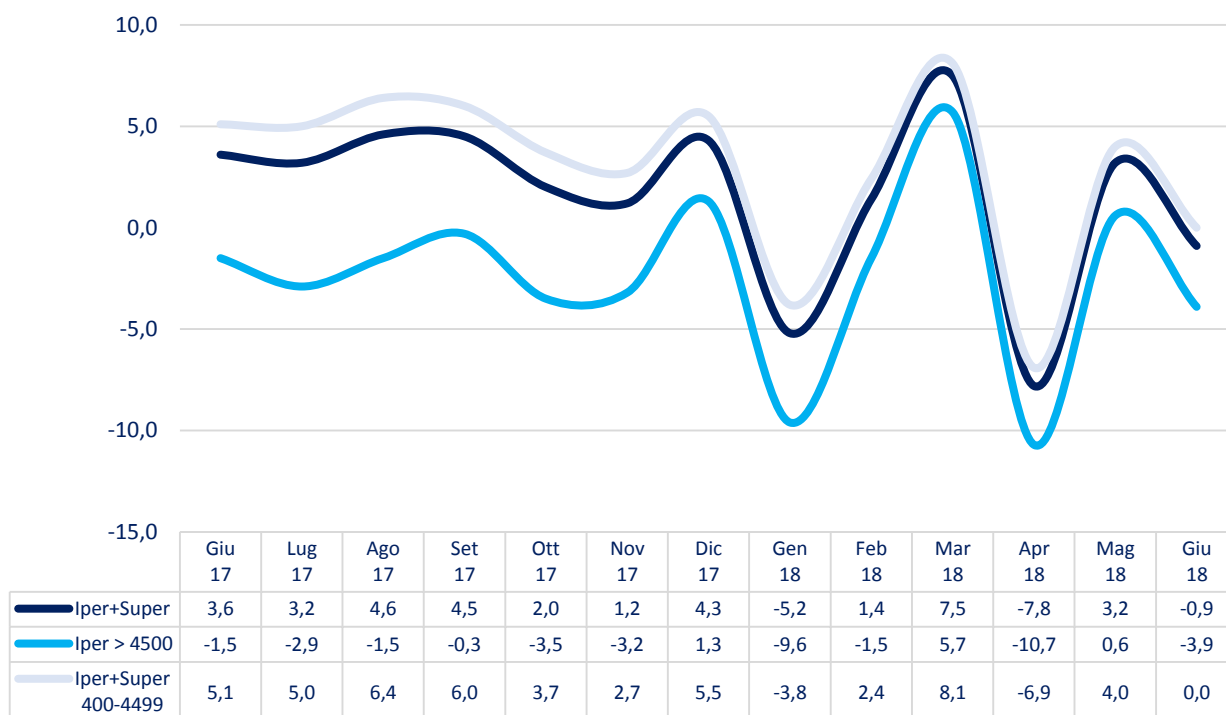
Progressivo Giugno 2018

Mese - Giugno 2018



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

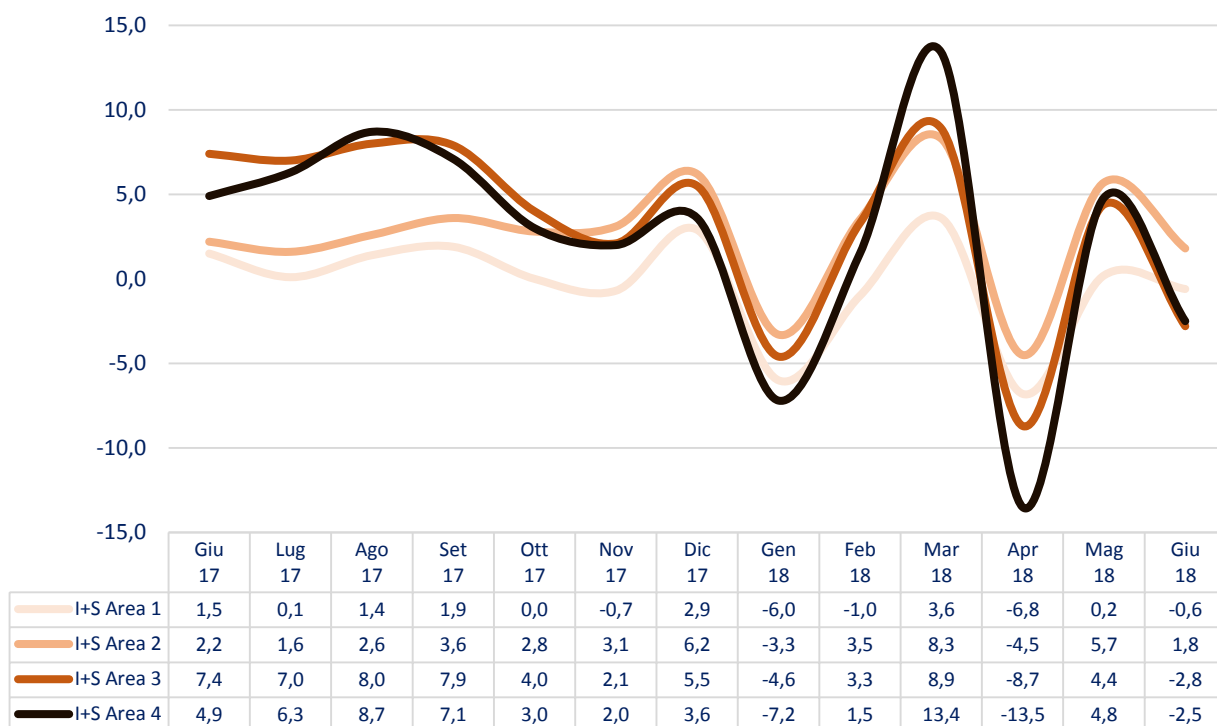
I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

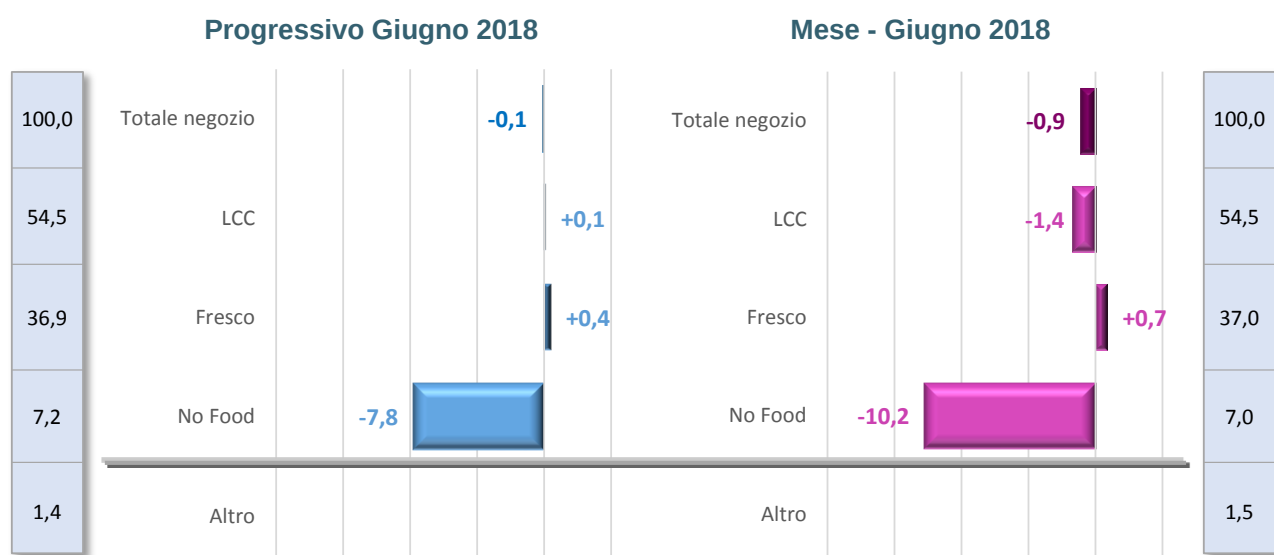
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozi Iper + Super

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

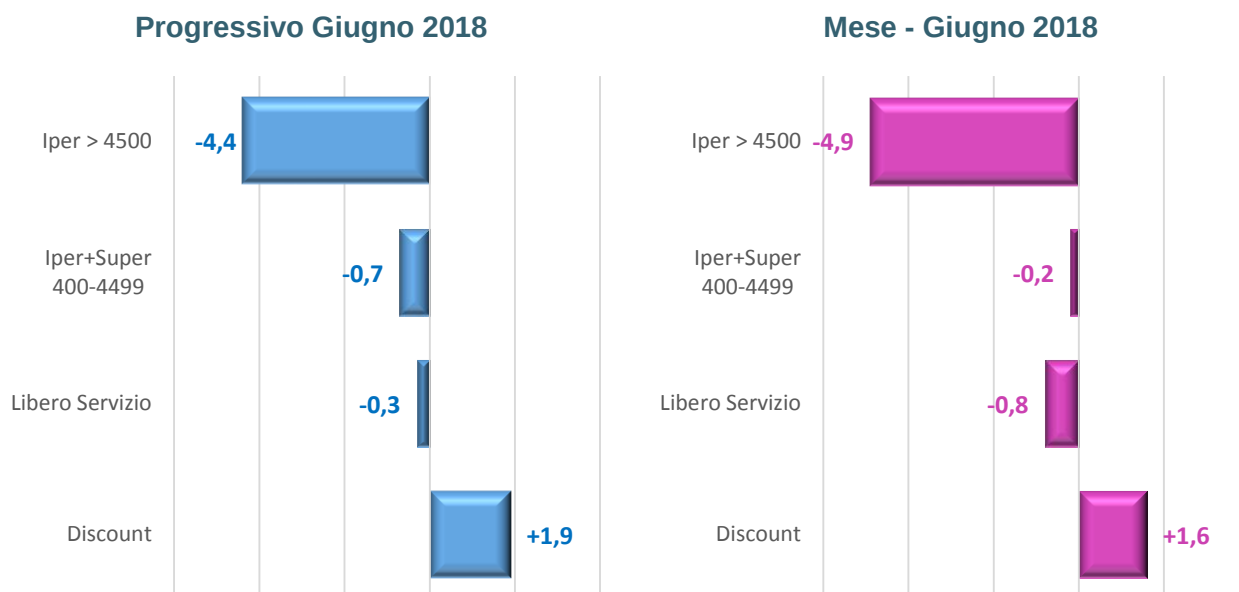
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozi Iper + Super

TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

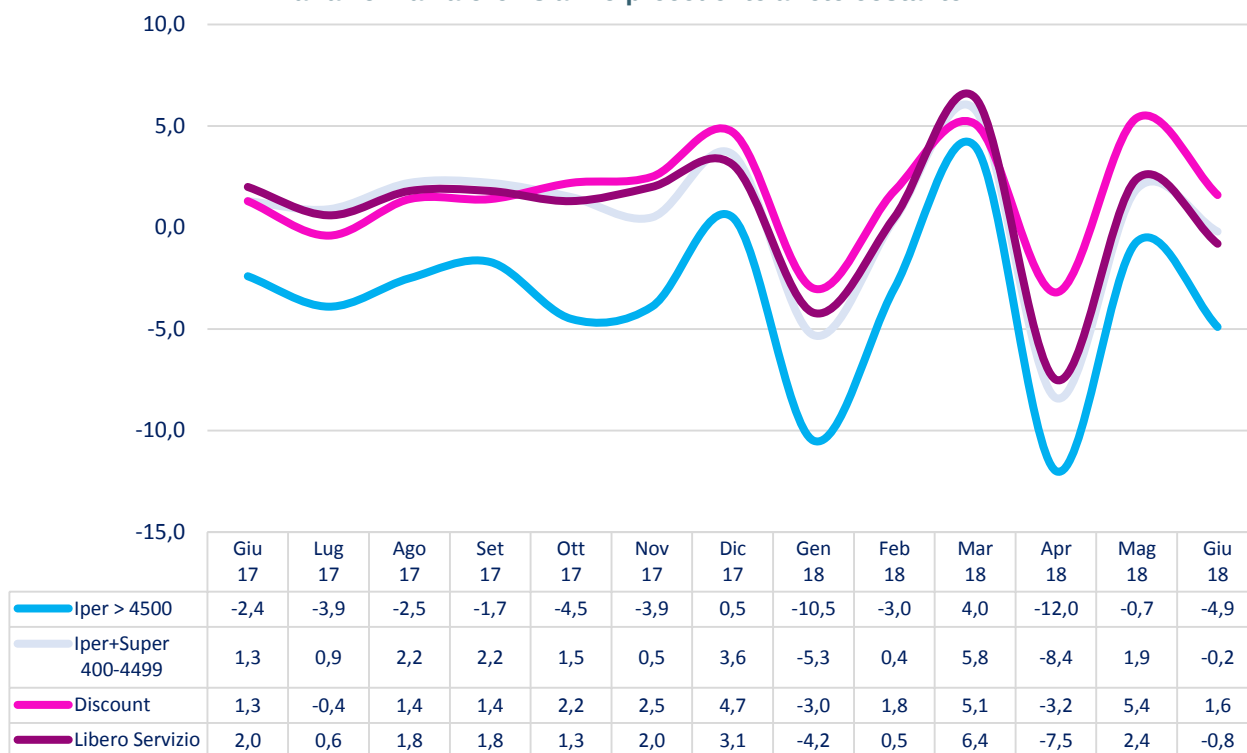
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

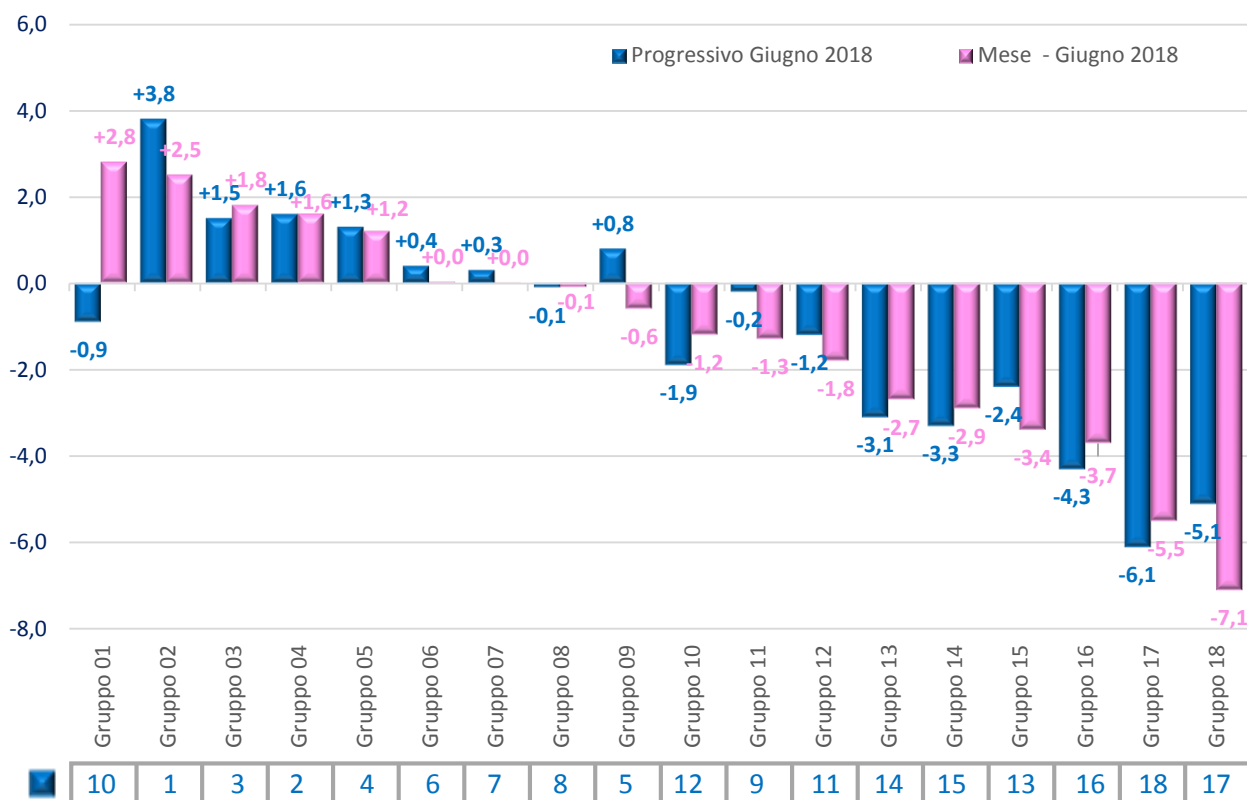
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



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

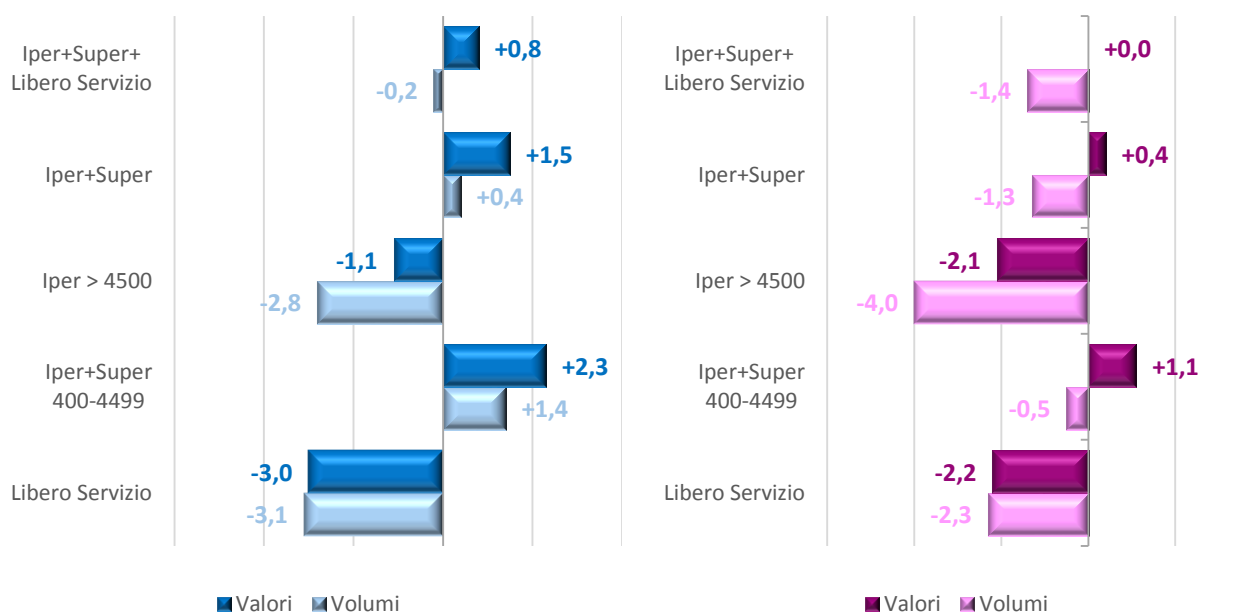
Posizione a progressivo

I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

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

Progressivo Giugno 2018

Mese - Giugno 2018



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

*Trend Vendite a prezzi costanti

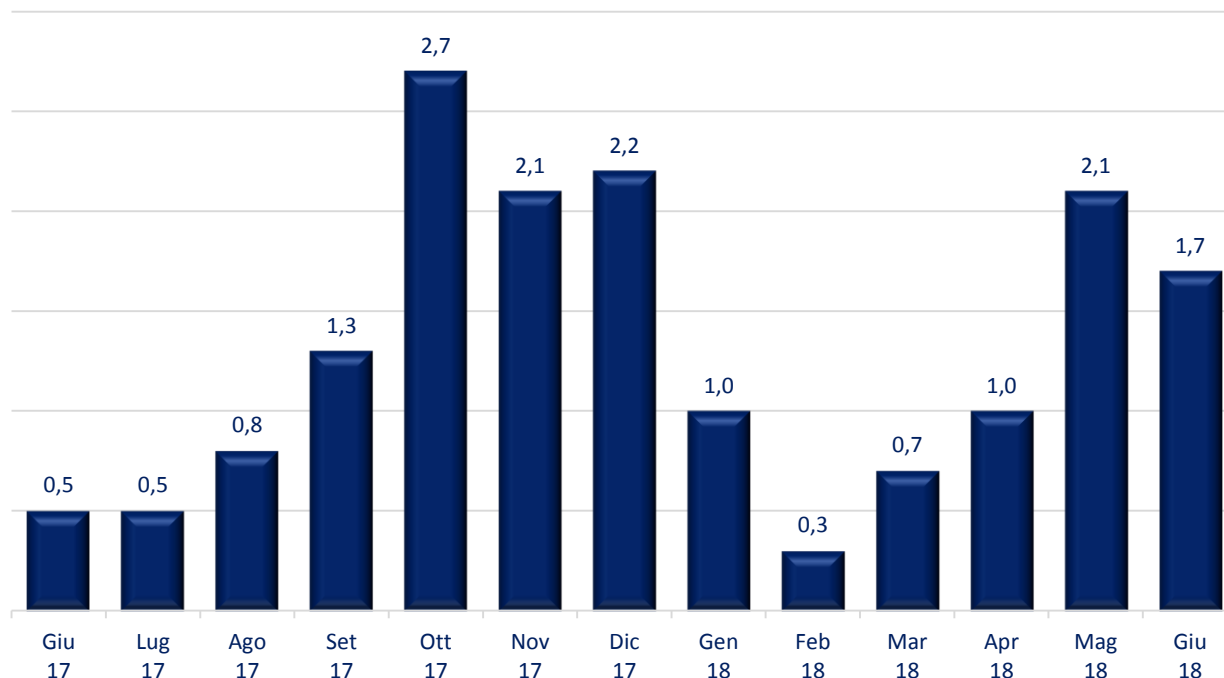
I PREZZI

Pur se in lieve calo rispetto al mese precedente, si mantiene vivace la dinamica inflazionistica già rilevata negli ultimi mesi: 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 a **giugno** un aumento tendenziale pari a **+1,7%**.

Particolarmente robusto, in particolare, l'incremento dei prezzi delle **referenze a peso variabile (+3,2%)**, fortemente condizionato, dopo i ribassi dei mesi precedenti, dal rilevante rialzo registrato dalla verdura (+8,8%). Più mitigati ma sempre vivaci gli aumenti registrati dalla frutta (+4,1%), dalla carne (+3,9%) e dai salumi (+2,7%) mentre contenuti quelli dei formaggi (+1,0%) e del pesce (+0,7%).

I prezzi delle referenze del **Largo Consumo Confezionato** mostrano a giugno una decelerazione della crescita, registrando un rialzo del **+1,1%** (era pari a +1,6% il mese precedente), con aumenti – di diversa entità – generalizzati a quasi tutte le categorie, eccezion fatta per i prodotti per la cura della casa (-0,1%) e per la persona (0,0%).

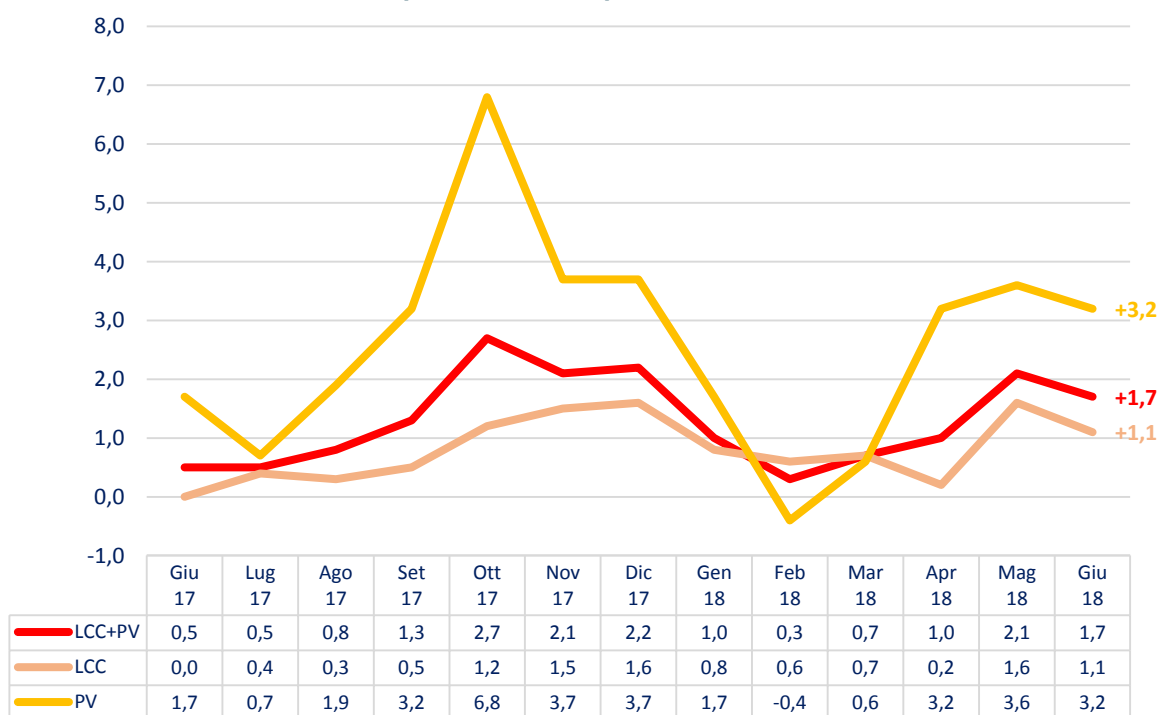
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscant

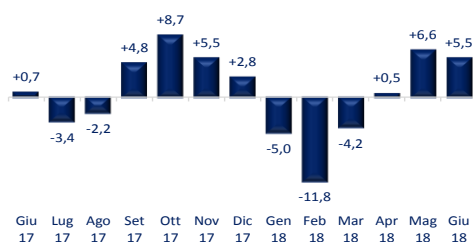
Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

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

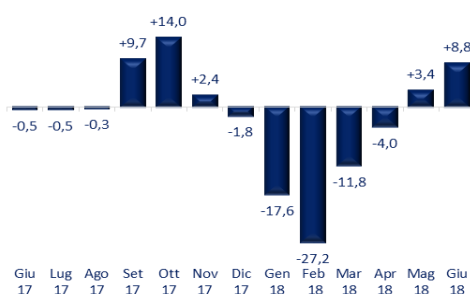


PRODOTTI A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati

ORTOFRUTTA PV



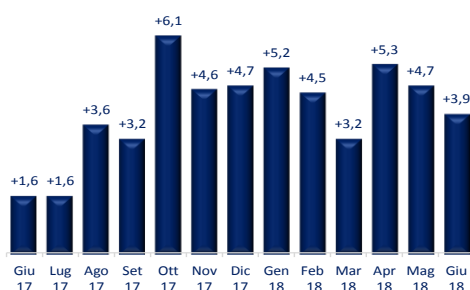
VERDURA PV



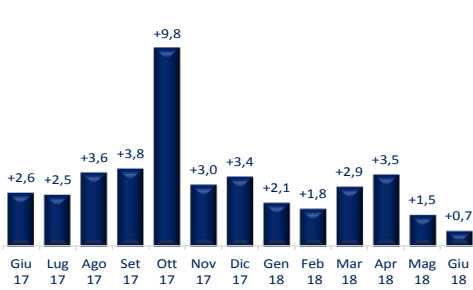
FRUTTA PV



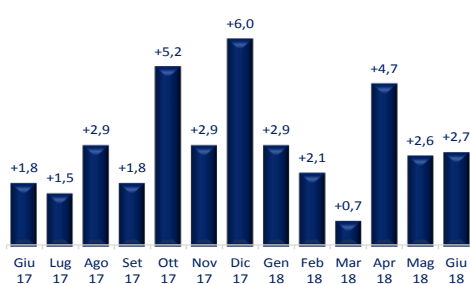
CARNE PV



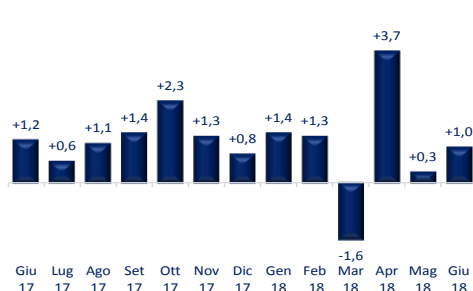
PESCE PV



SALUMI PV



FORMAGGI PV



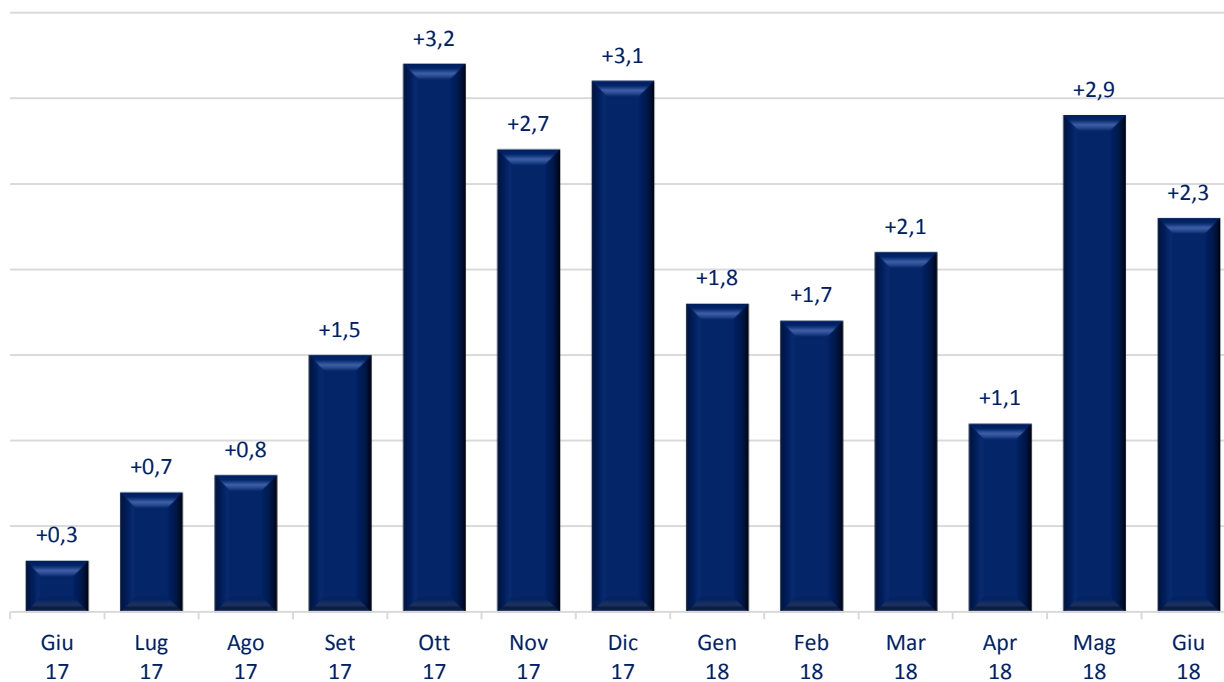
Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendentiale

La scomposizione del dato generale nelle singole dinamiche di ipermercati e supermercati mostra una spinta inflazionistica superiore per i primi: il relativo carrello della spesa registra a **giugno** un incremento pari a **+2,3%** (era del +2,9% a maggio). L'ulteriore disgregazione di tale trend tra LCC e referenze a PV evidenzia incrementi più elevati per quest'ultimi (+3,1%).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati

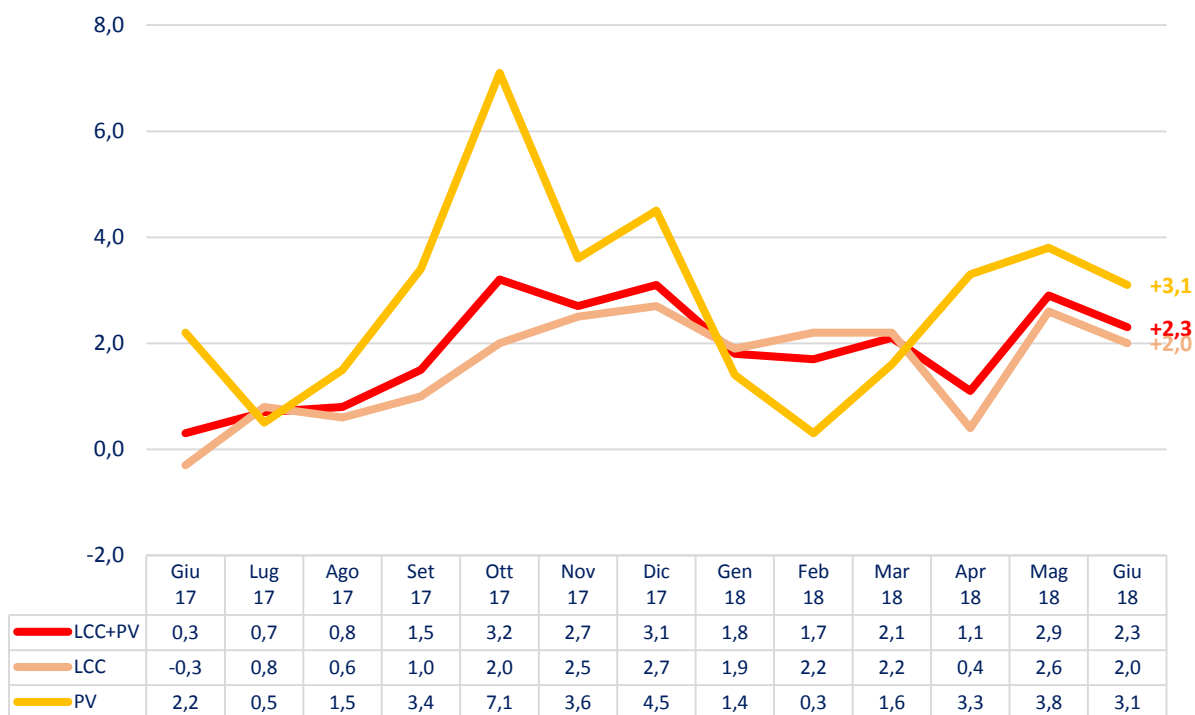


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati

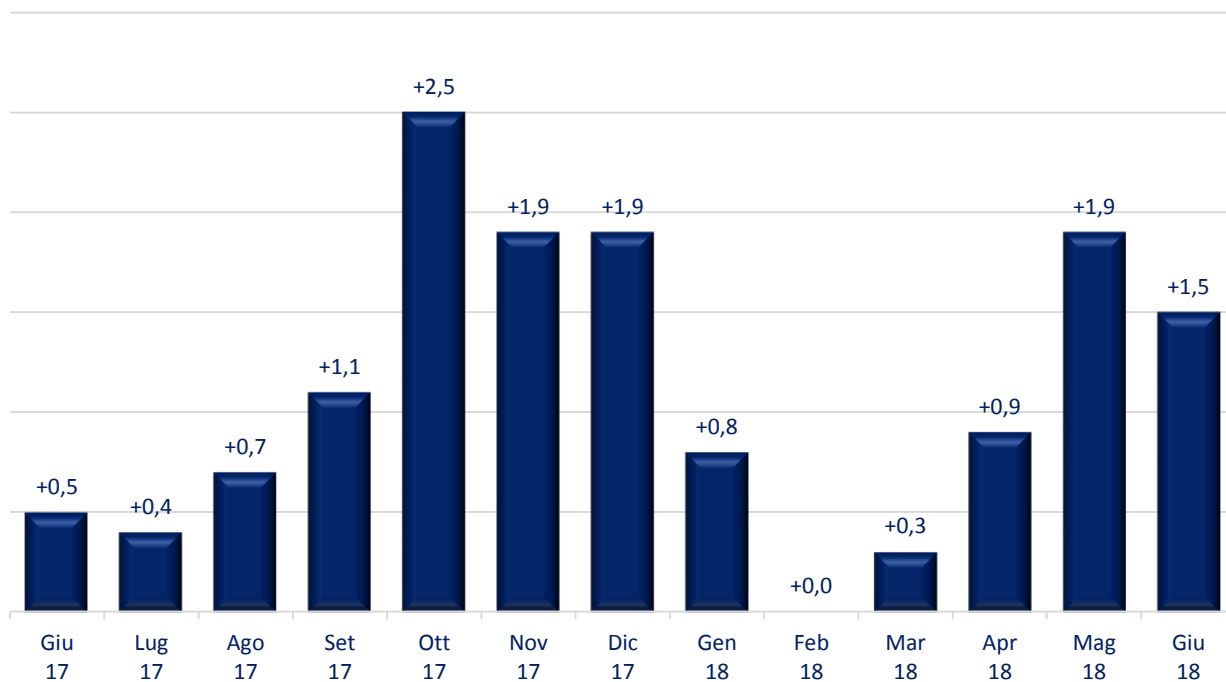


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Più moderata (+1,5%) la crescita dei prezzi nei **supermercati**, effetto – come nel mese precedente – di una dinamica inflazionistica dei prodotti a peso variabile (+3,2%) simile a quella mostrata dal medesimo aggregato negli ipermercati e di una crescita decisamente meno marcata per i prodotti di LCC (+0,8% nei supermercati versus +2,3 nelle superfici più grandi).

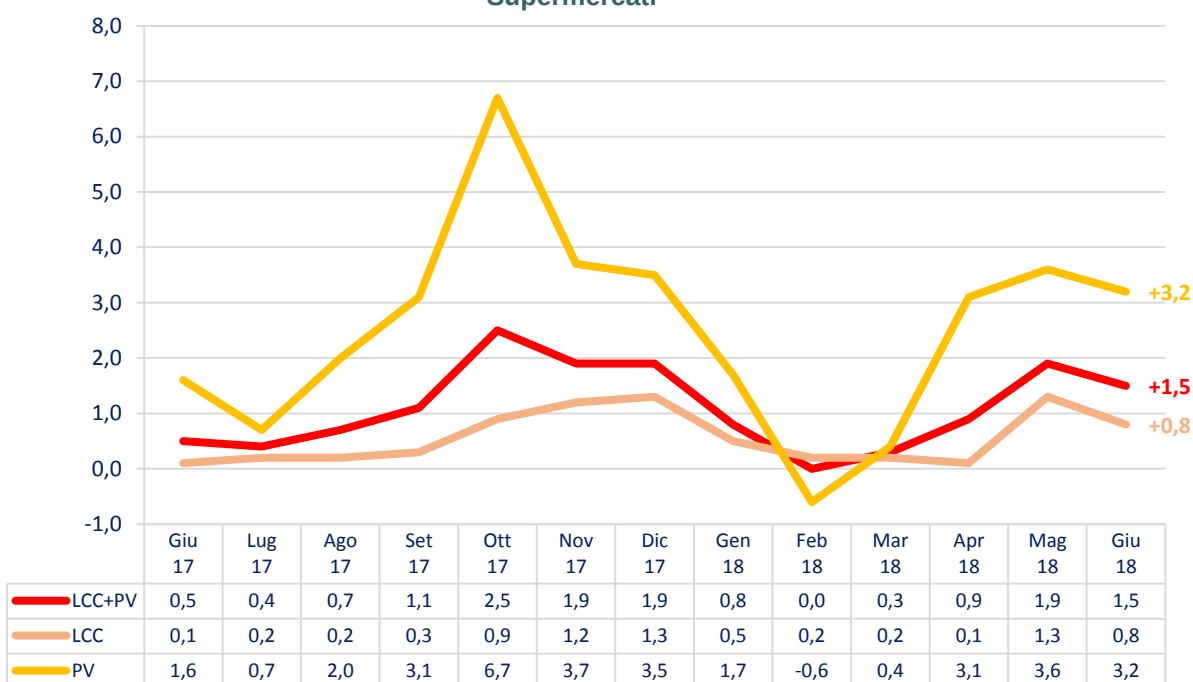
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendentiale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



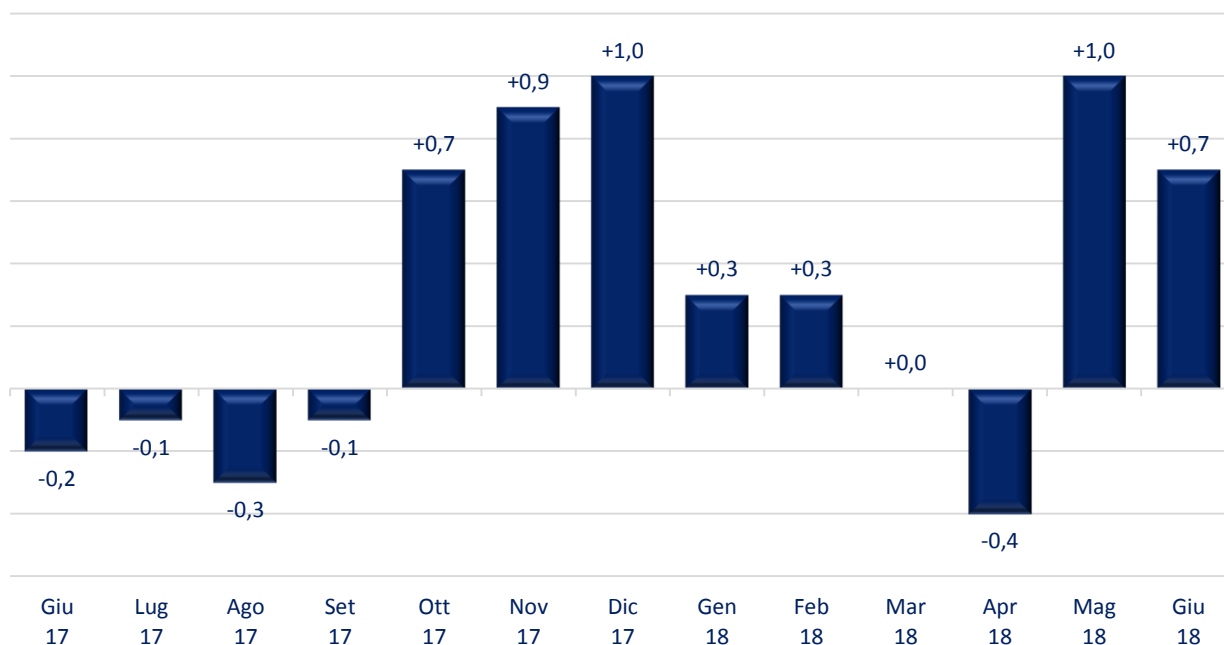
Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendentiale

Analogamente a quanto rilevato nei mesi scorsi, risultano in parte differenti le considerazioni che emergono dall'analisi **a parità assortimentale**: la variazione registrata dai prezzi dei prodotti di Largo Consumo Confezionato **(+0,7%)** risulta infatti decisamente inferiore rispetto a quella registrata dal carrello.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Ipermercati + Supermercati + Superette



Fonte: IRI Infoscand

Osservatorio Prezzi: Indice Tendentiale

Due categorie mostrano una dinamica tendenziale dei prezzi negativa, ossia quelle dei prodotti per la cura della persona (-1,2%) e della drogheria alimentare (-0,2%); tutte le altre registrano al contrario variazioni positive, che oscillano tra il +0,2% dei prodotti per la casa e il +2,4% dell'ortofrutta.

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA

Ipermercati + Supermercati

LCC – Comparti (Giugno 2018 vs Giugno 2017)

Ortofrutta	+2,4%
Fresco	+1,8%
Freddo	+1,6%
Bevande	+1,2%
Petfood + Petcare	+0,3%
Cura casa	+0,2%
Drogheria alimentare	-0,2%
Cura persona	-1,2%

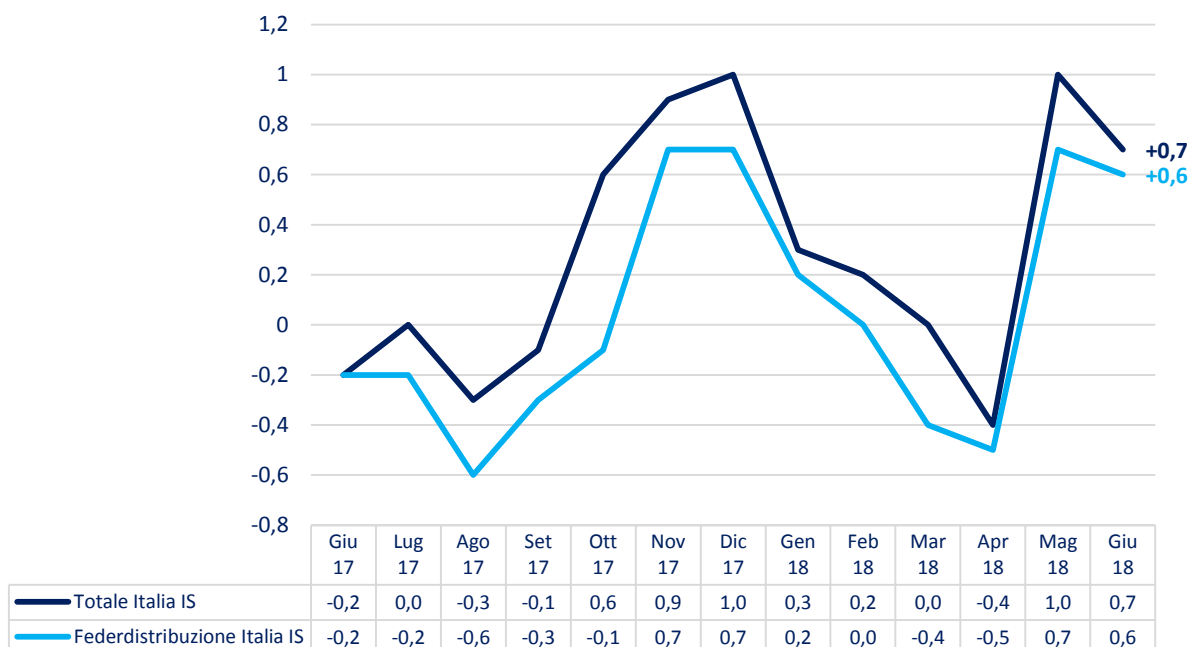
Fonte: IRI Infoscand

Osservatorio Prezzi: Indice Tendentiale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC a **parità assortimentale**, la dinamica dei prezzi registrata presso le aziende associate a **Federdistribuzione** è di fatto allineata a quella mostrata dalla totalità degli ipermercati e supermercati: la differenza è un solo decimo di p.p.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi: Indice Tendenziale

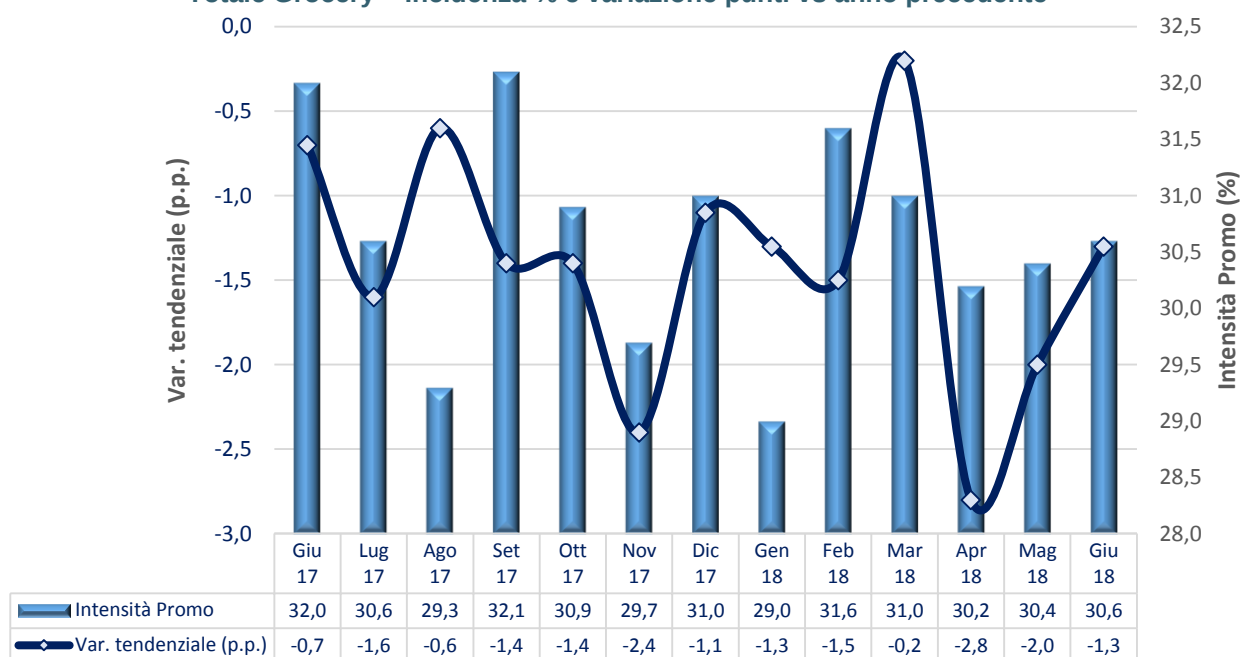
LE PROMOZIONI

A giugno 2018, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (**Iper+Super**), pari al 30,6%, risulta in calo di 1,3 punti percentuali rispetto a giugno 2017 e in lieve aumento rispetto al mese precedente (+0,2 p.p.).

Il calo su base annua (una costante degli ultimi 12 mesi, pur con entità mensili variabili) è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (ove la pressione è passata da 35,7% a 34,2%) che nei punti di vendita con superficie inferiore (da 31,0% a 29,7%).

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				
	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu
Iper > 4.500 mq.	38,4	35,4	36,0	36,9	35,7	35,9	34,3	34,2	34,0	34,2
Super 400 – 4.499 mq.	31,8	30,1	32,3	31,3	31,0	30,5	30,2	29,2	29,6	29,7

Fonte: Nielsen Trade*Mis

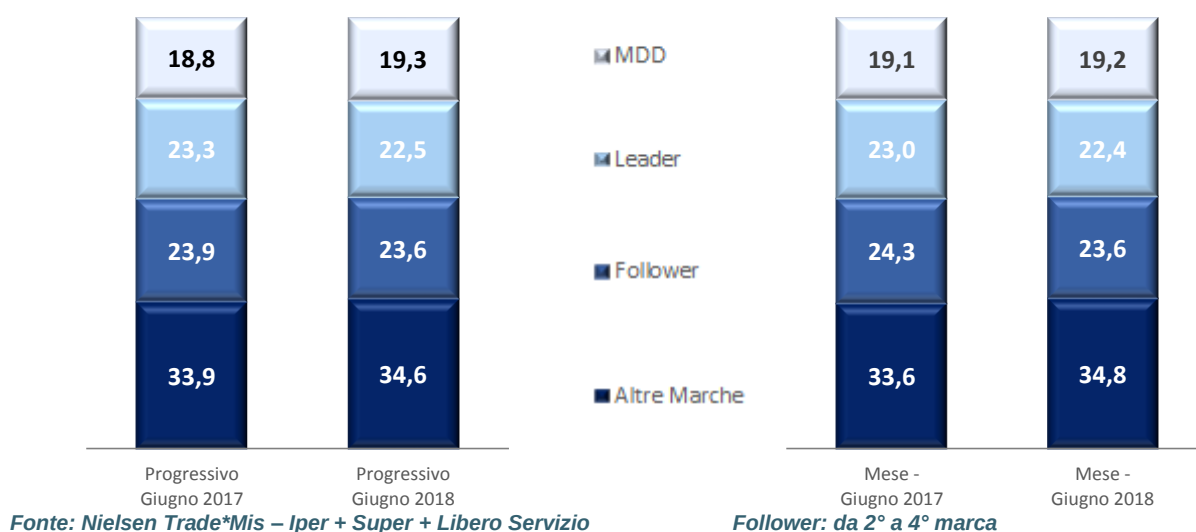
A livello di **iper** e **super**, le **promozioni di prezzo** – più direttamente attribuibili alla Distribuzione – si attestano al **22,7%**, in lieve crescita rispetto al mese precedente ma in calo se comparate allo stesso mese del 2017 (23,5%).

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

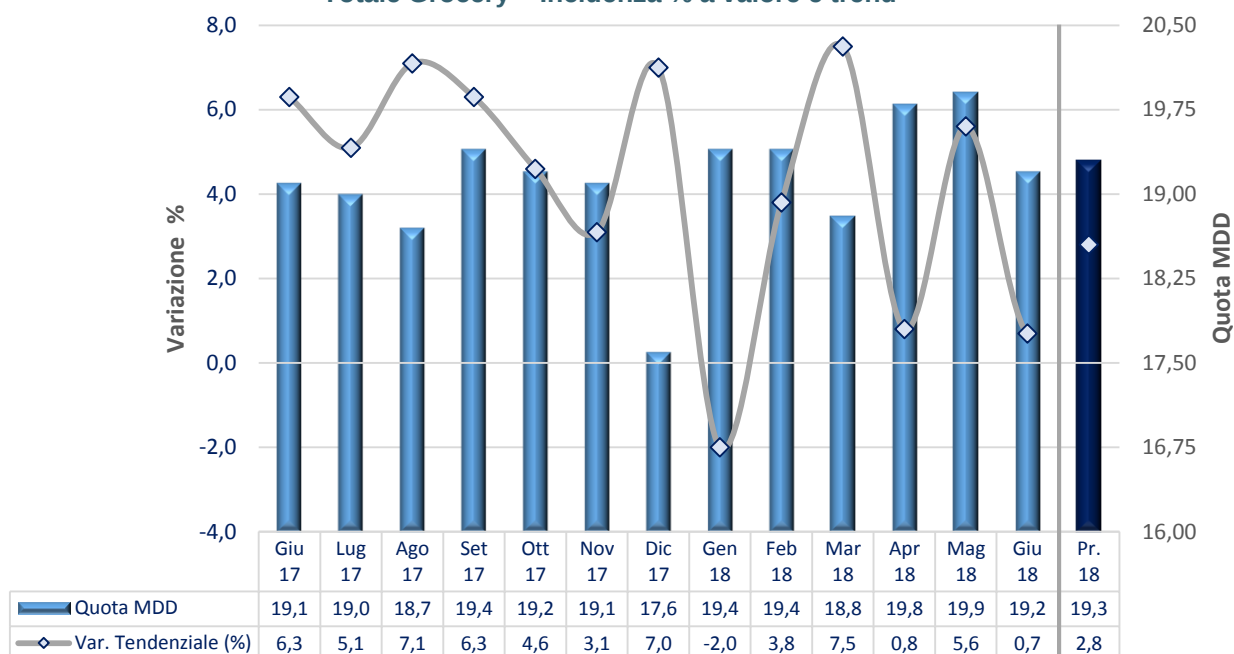
Riposizionandosi su valori in linea con quelli rilevati nel medesimo mese dello scorso anno, a giugno la **Marca del Distributore** registra una riduzione di quota rispetto a quella mostrata a maggio (da 19,9% a 19,2%).

Sul progressivo, spinta da un incremento delle vendite del +2,8%, la Marca del Distributore incrementa la sua quota a 19,3%.

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

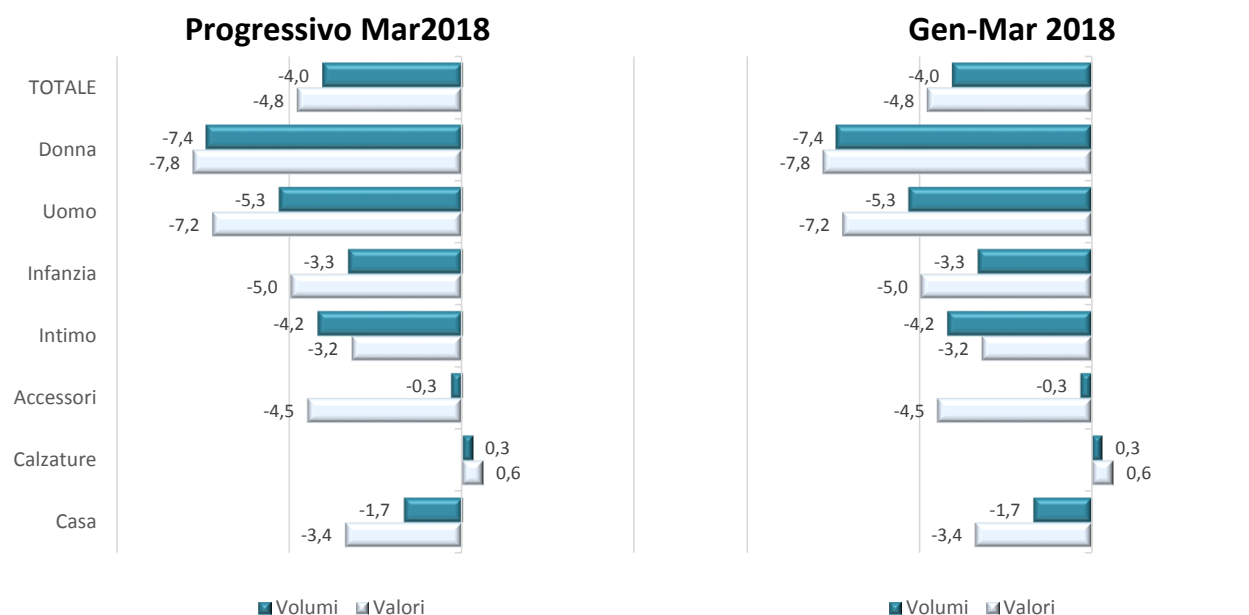
MERCATI NON FOOD

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

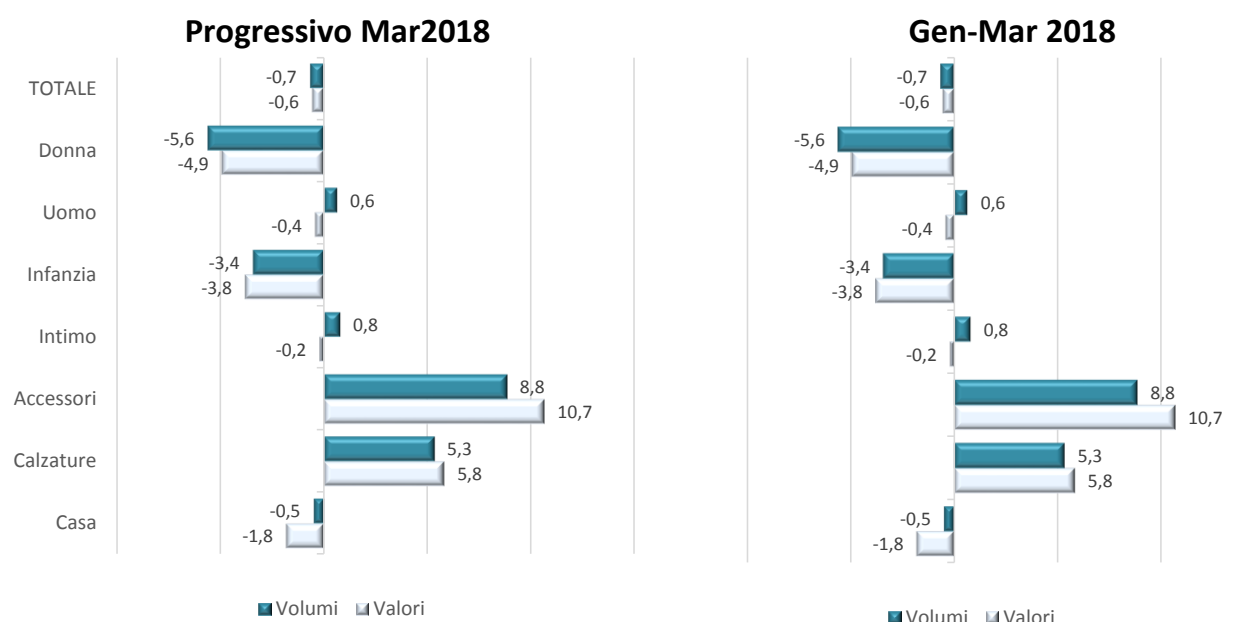
Ancora una volta differenti sono le considerazioni che emergono dall'analisi dei dati relativi alla sola **Distribuzione Moderna** (Ipermercati e Supermercati, Grandi Magazzini, Catene di Abbigliamento), a conferma della oramai consolidata tendenza a preferire tali canali di vendita a scapito di quelli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



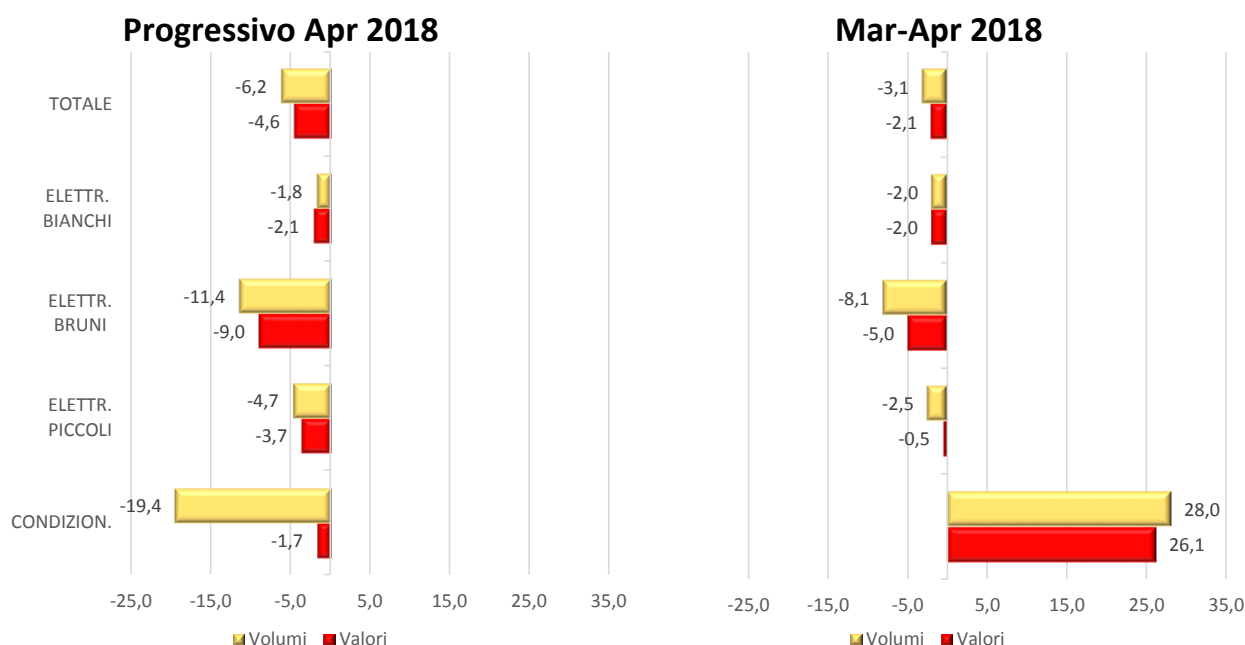
Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

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

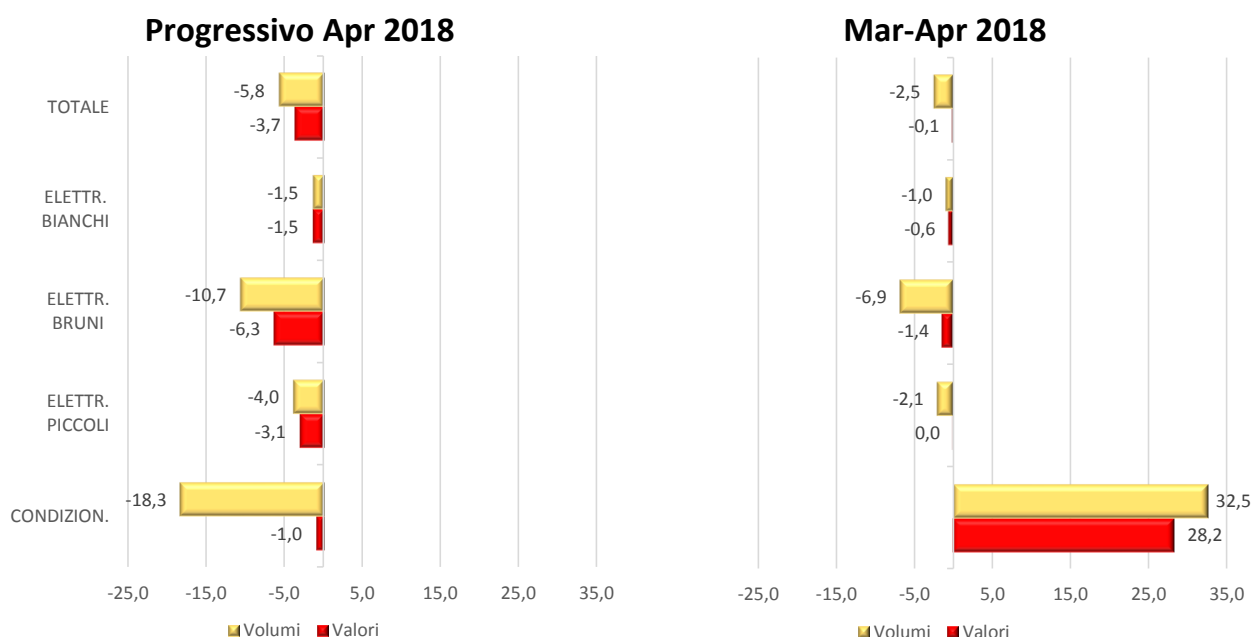


Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

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%)**.

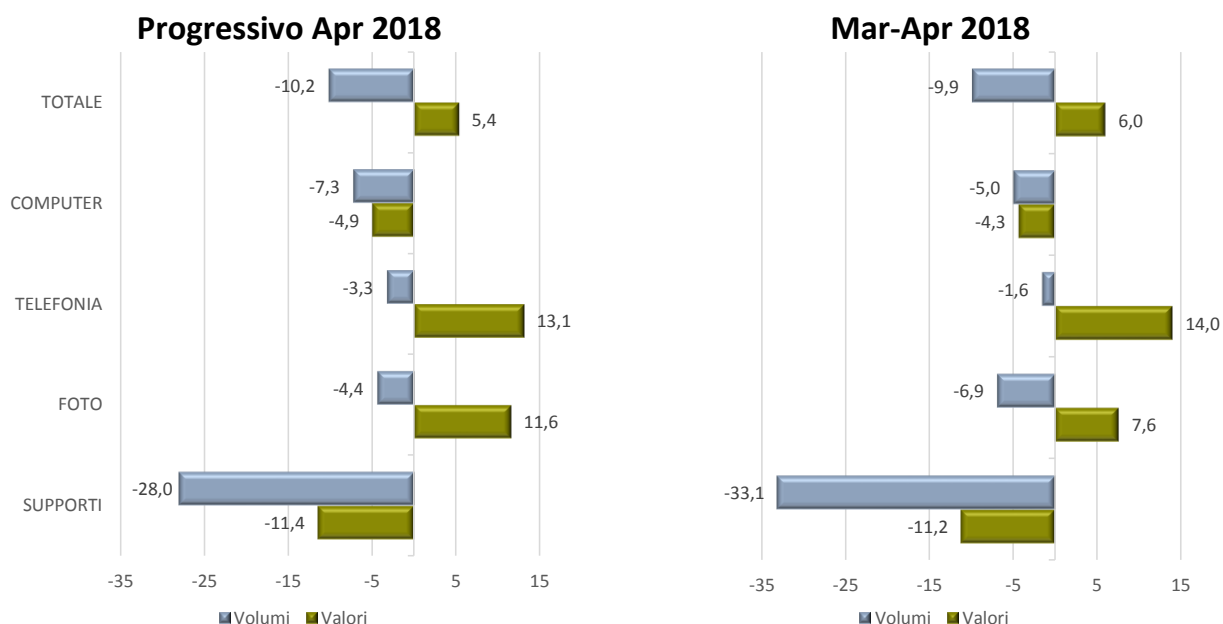
Tale dinamica generale è determinata da performance assai differenziate per i diversi comparti.

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



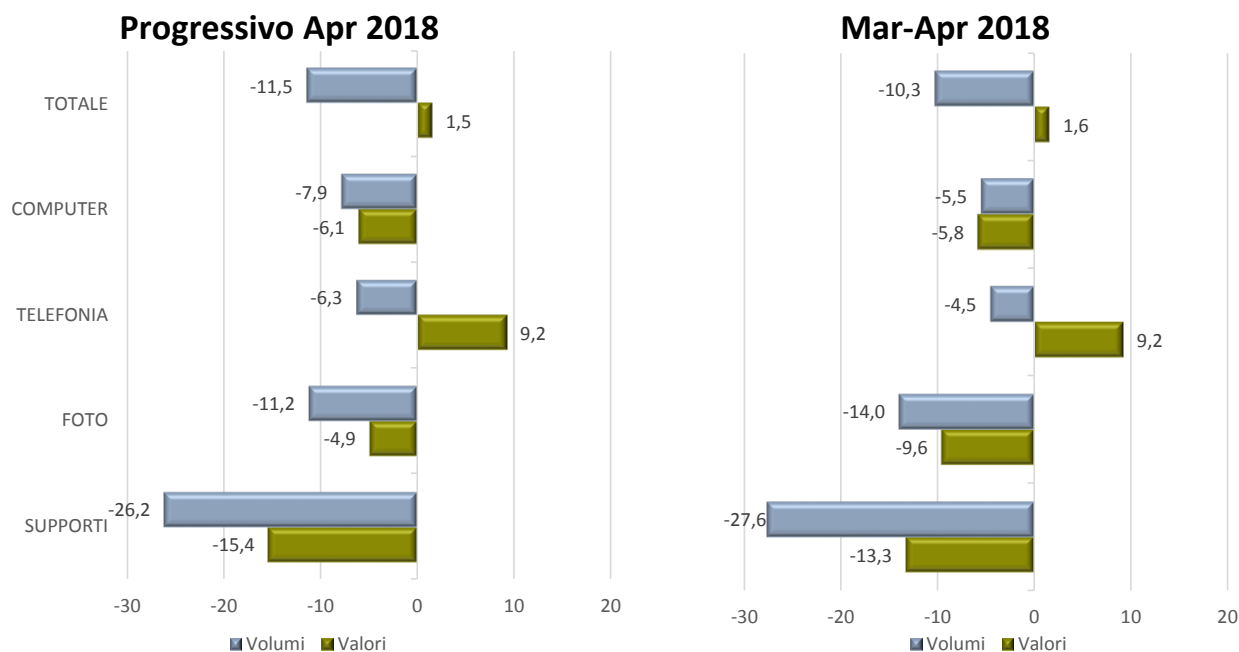
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

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

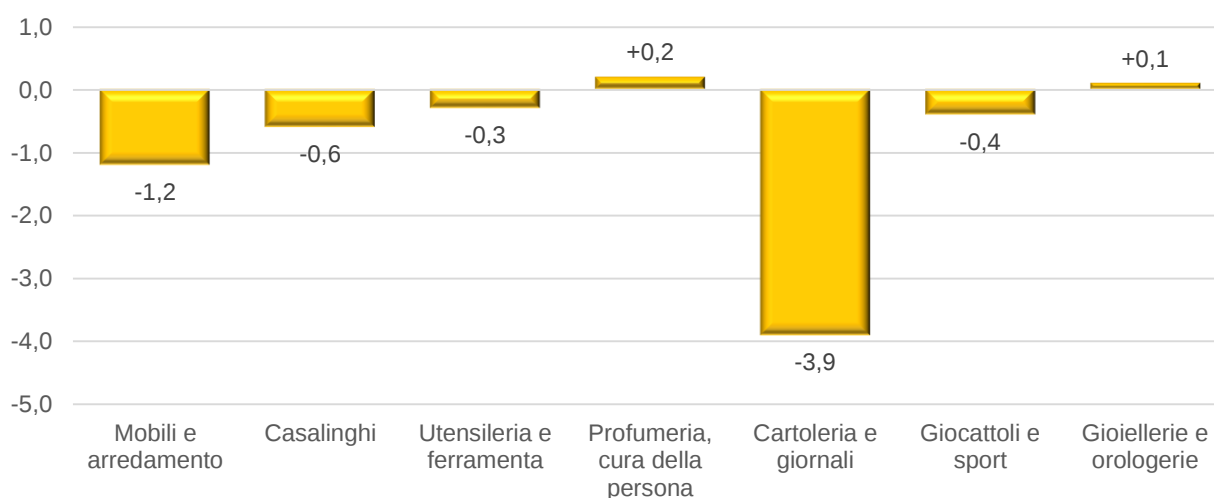
Per quanto più contenuta rispetto al mese scorso, risulta ancora negativa a **maggio** (-1,1%) la variazione su base annua del valore delle vendite al dettaglio dei **prodotti non alimentari**: il decremento complessivo nei primi 5 mesi dell'anno, pari a **-1,0%**, mette in luce una situazione che *“che ancora desta preoccupazione alle aziende del commercio, in quanto segnale che vengono ancora procrastinati acquisti non indispensabili”*, commenta Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.

Si registrano infatti cali in numerosi gruppi di prodotti: le maggiori flessioni su base annua riguardano i gruppi “Cartoleria, libri, giornali e riviste” (-3,9%) e “Prodotti farmaceutici” (-3,2%), mentre l'aumento più rilevante riguarda il gruppo “Elettrodomestici, radio, tv e registratori” (+1,7%).

TREND CONSUMI NON FOOD – ALTRI COMPARTI

Var % tendenziale – Valori a prezzi correnti

Maggio 2018



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

APPENDICE

Dettagli del trend per:

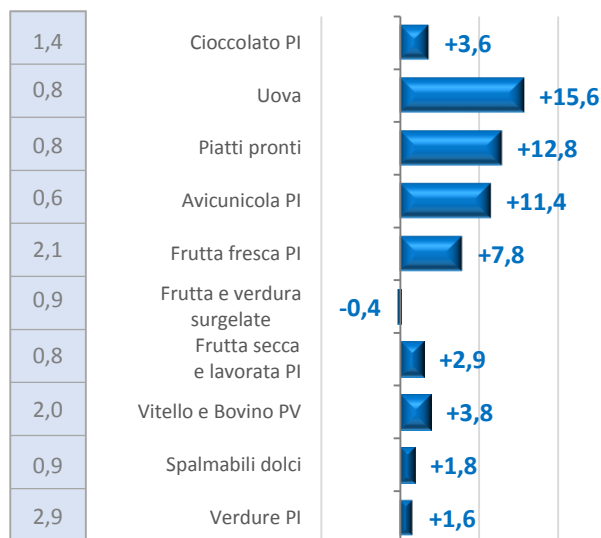
- 1. Famiglie a tot. fatturato**
- 2. Area e Categoria merceologica nel Grocery**
- 3. Area e Comparto Non Food**

1. Famiglie a tot. fatturato

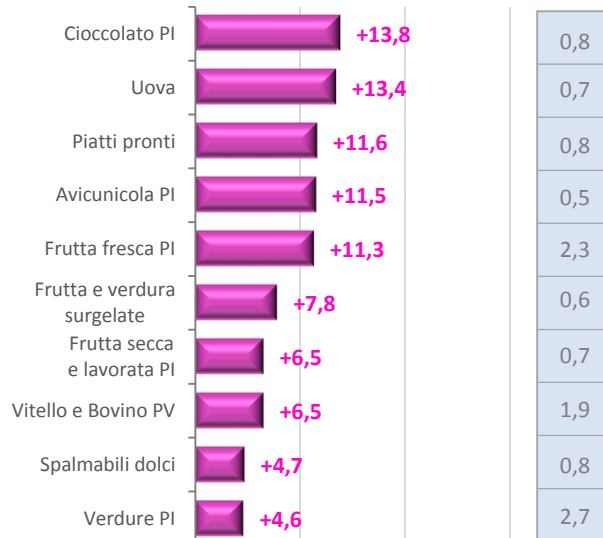
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Giugno 2018



Mese - Giugno 2018

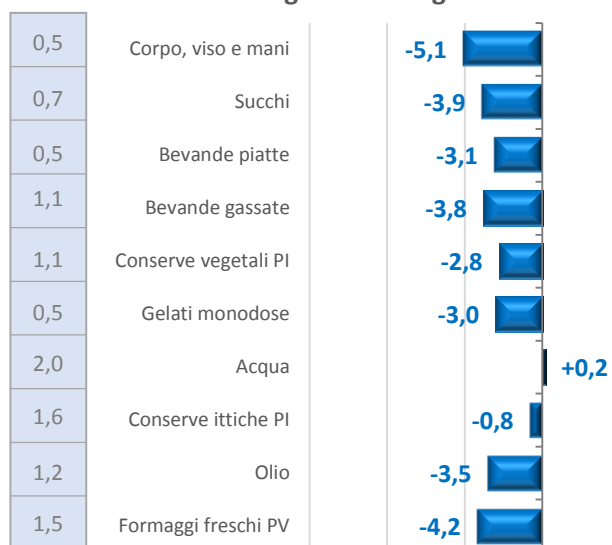


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

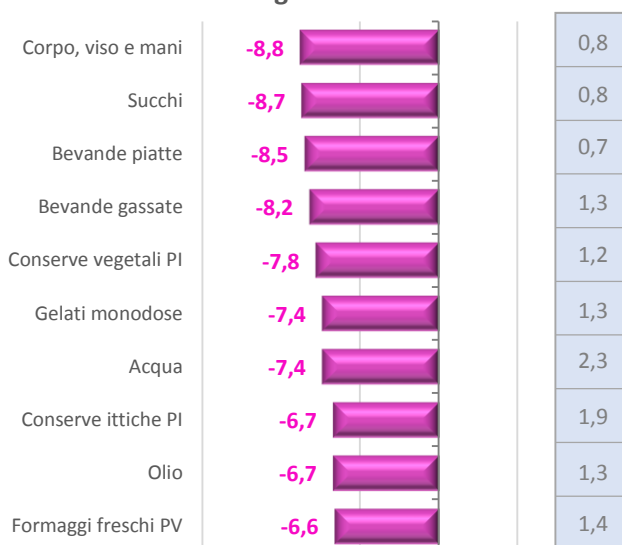
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Giugno 2018



Mese - Giugno 2018



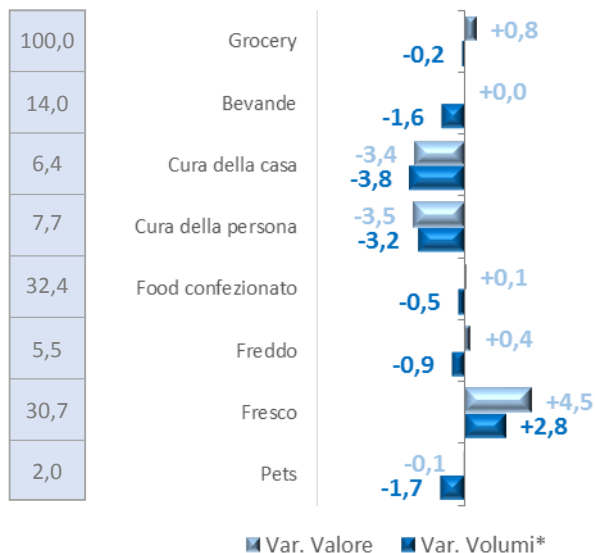
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

2. Area e Categoria merceologica nel Grocery

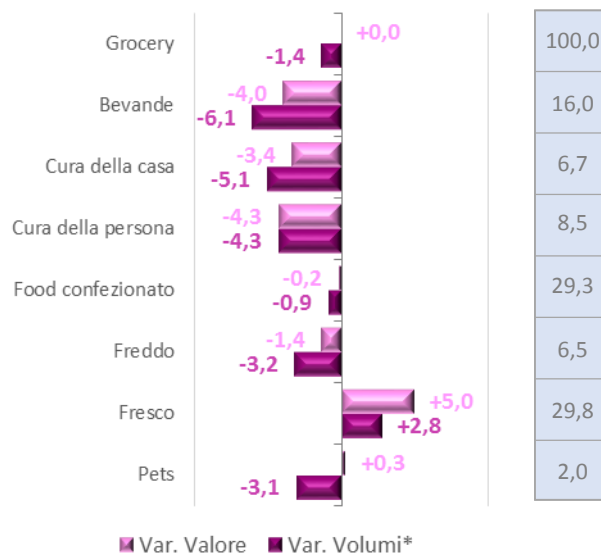
INCIDENZA E TREND DELLE AREE MERCEOLOGICHE – TOTALE GROCERY

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

Progressivo Giugno 2018



Mese - Giugno 2018

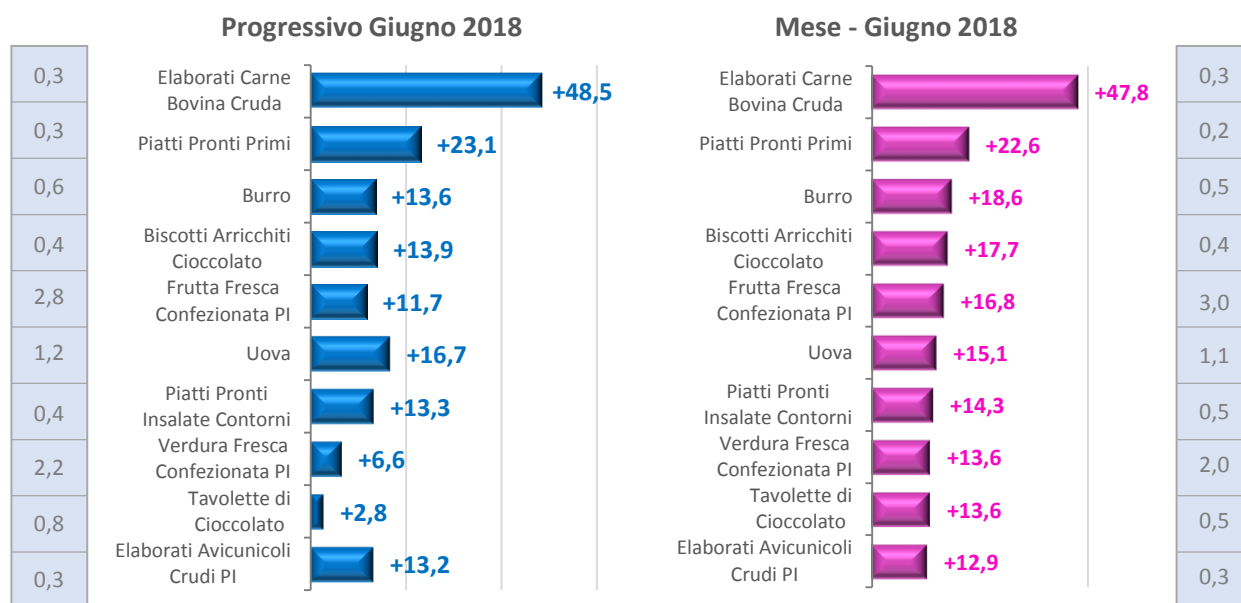


Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE

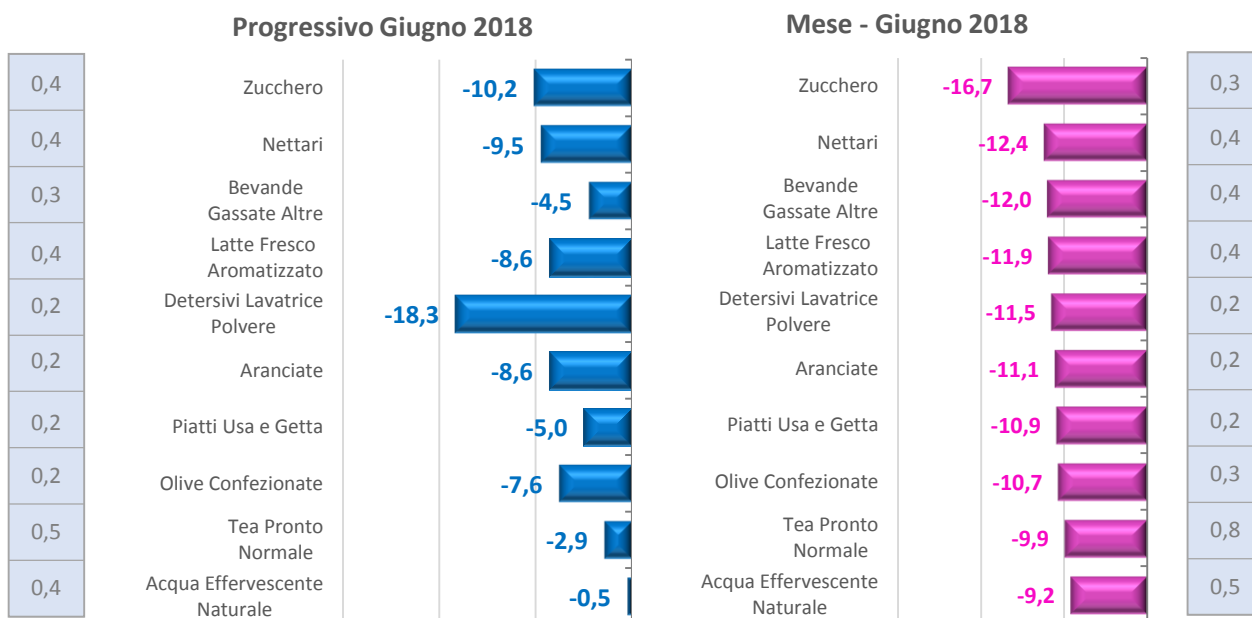
Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente



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

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente



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

3. Area e Comparto Non Food

ANALISI AREA – COMPARTO - FAMIGLIA

Iper + Super – Periodo: gennaio-giugno 2018*

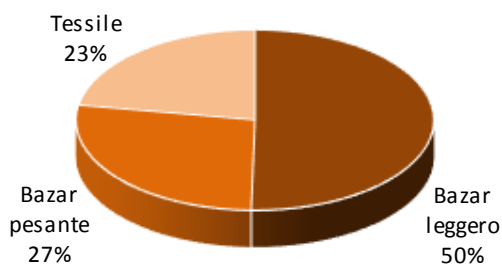
INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD SU TOTALE NEGOZIO

7,2%

VENDITE VALORE
NON FOOD

2.403,3 mln di €

INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD



Trend % Valore

Bazar leggero - 7,1%
Bazar pesante - 9,1%
Tessile - 7,7%

Progressivo Anno Corrente			
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	33.185.761.536,0	-0,1	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	30.330.943.616,0	0,2	91,4
NO FOOD	2.403.281.384,0	-7,8	7,2
BAZAR LEGGERO	1.209.750.588,0	-7,1	3,6
CASALINGHI	341.369.492,0	-7,0	1,0
GIOCHI E TEMPO LIBERO	169.590.078,5	-7,0	0,5
LIBRI E GIORNALI	92.394.810,8	-7,3	0,3
GIARDINAGGIO	185.448.905,5	-9,6	0,6
CANCELLERIA	87.025.284,8	-4,5	0,3
FAI DA TE	122.555.882,0	-7,7	0,4
SPORT E TEMPO LIBERO	105.759.914,5	2,1	0,3
VEICOLI A MOTORE	73.885.150,0	-13,4	0,2
ASCOLTO E VISIONE	14.228.714,6	-24,4	0,0
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	12.504.287,6	24,1	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	4.988.080,7	-17,9	0,0
BAZAR PESANTE	655.680.026,0	-9,1	2,0
TELEFONIA	249.932.876,5	-8,1	0,8
ELETTR.BRUNI	140.832.119,5	-10,7	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	106.574.984,0	-11,3	0,3
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	62.259.084,3	-14,4	0,2
ELETTR.BIANCHI	50.650.207,6	-4,2	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	43.712.272,1	-0,7	0,1
UFFICIO-CASA	1.248.493,7	0,7	0,0
ELETTRONICA	469.985,0	-28,6	0,0
TESSILE	537.850.764,0	-7,7	1,6
ABBIGLIAMENTO	344.545.502,0	-8,5	1,0
TESSILE CASA	118.756.012,0	-2,4	0,4
CALZATURE PELLETERIA	74.549.247,9	-12,1	0,2
ALTRO	451.536.590,0	22,7	1,4

Fonte: Nielsen

*Aggiornato al 01 luglio 2018