
**DISTRIBUZIONE MODERNA
ORGANIZZATA:**

La dinamica del mercato

Agosto 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

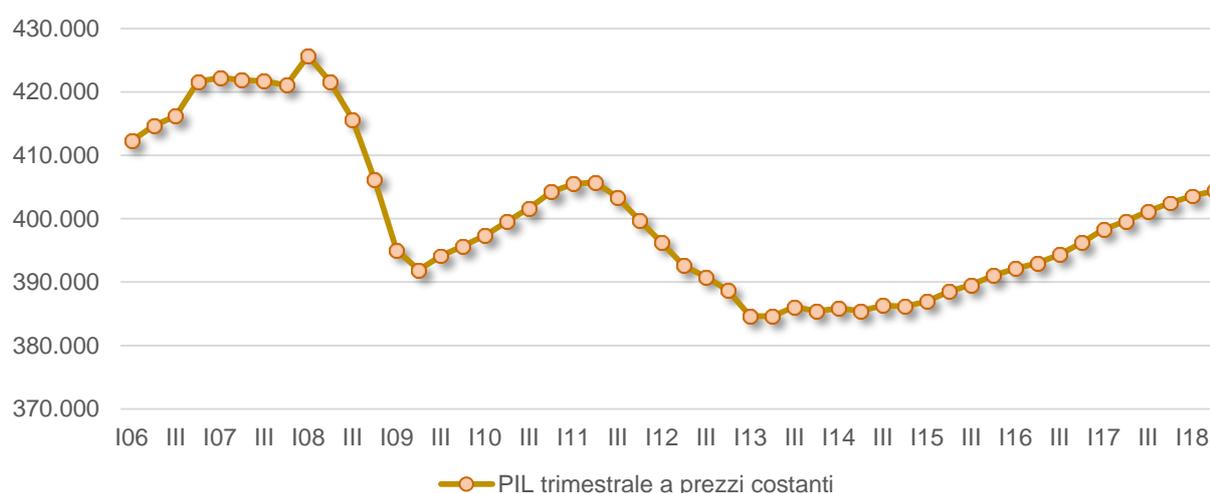
INDICATORI CONGIUNTURALI

Secondo i dati diffusi dall'Istat¹, 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 **+1,2%** su base annua (la crescita tendenziale era stata pari a +1,3% 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 +4,9%. Il livello del Pil risulta tuttavia ancora inferiore dello 0,3% rispetto al precedente picco del secondo trimestre del 2011 e del 5,0% rispetto al 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
Var. % reale su scorso anno	+1,7%	+1,7%	+1,6%	+1,3%	+1,2%

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".

¹ Agli inizi di ottobre, l'Istat ha reso disponibili le nuove serie dei "Conti economici trimestrali" coerenti con la revisione dei "Conti economici nazionali annuali" diffusa lo scorso 21 settembre che ha riguardato gli anni 2015, 2016 e 2017.

Nella recente “Nota di aggiornamento del Documento di Economia e Finanza 2018”, il Governo prevede per il 2018 una crescita complessiva di **+1,2%**.

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

Fonte: Istat – Eurostat – INSEE – INE – ONS

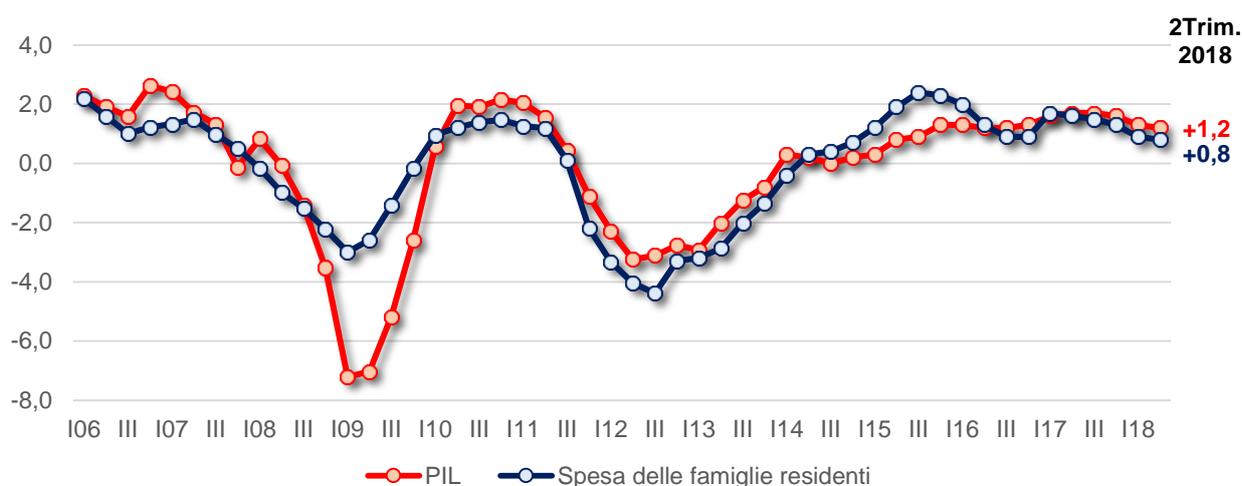
In decelerazione anche nel **secondo trimestre 2018** la crescita dei **consumi delle famiglie residenti**, il cui tasso di incremento tendenziale – pari a **+0,8%** – permane anche questo trimestre al di sotto dell'1%².

Stante le previsioni del Governo riportate nella “Nota di aggiornamento del Documento di Economia e Finanza 2018”, nel **2018** i consumi delle famiglie italiane³ dovrebbero crescere in termini reali di +1,1%.

Consumi delle famiglie residenti	2° trimestre 2017	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018	2° trimestre 2018
Var. % reale su scorso anno	+1,6%	+1,5%	+1,3%	+0,9%	+0,8%

Fonte: Istat

PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



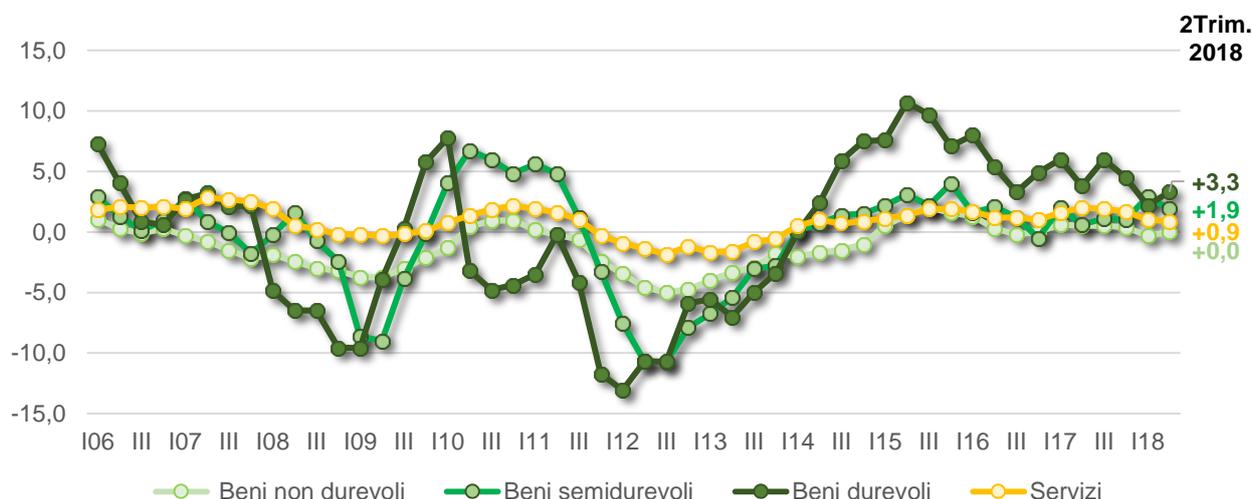
Fonte: Istat

² La revisione delle serie dei “Conti economici trimestrali” per gli anni 2015, 2016 e 2017 – di cui alla nota 1 – ha impattato anche i dati sulle “Spesa delle famiglie sul territorio economico”.

³ Più esattamente, la “Spesa per consumi finali delle famiglie e delle istituzioni sociali private senza scopo di lucro al servizio delle famiglie (I.S.P.)”.

La decelerazione rilevata, frutto di un deciso deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie e di un calo del clima di fiducia dei consumatori, è da imputarsi *in primis* al ridotto contributo dei servizi (conseguenza di un tasso di crescita meno elevato di quello registrato nei mesi precedenti). Rispetto al secondo trimestre del 2017, più contenuto risulta essere anche il contributo dei beni durevoli, la cui ripresa sembra aver oramai perso vigore.

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



Fonte: Istat

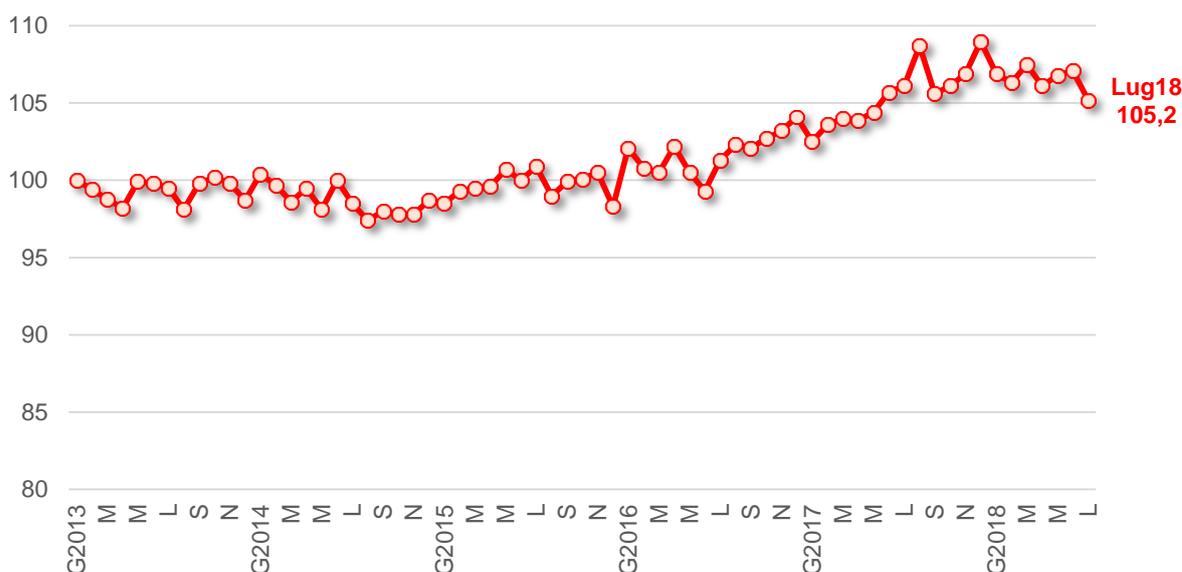
Dopo esser cresciuta nei primi mesi dell'anno ad un tasso tendenziale variabile tra +1,4% e +4,4%, a **luglio** la **produzione industriale** registra un brusco calo: secondo quanto diffuso dell'Istat, il relativo indice mostra un decremento congiunturale del -1,8% (dato destagionalizzato) e una flessione tendenziale del **-1,3%** (dato corretto per gli effetti di calendario). In merito a quest'ultima, si tratta della prima flessione da due anni a questa parte (per l'esattezza, da giugno 2016) e del risultato peggiore da oltre tre anni (a gennaio 2015 aveva mostrato un calo del -1,8%).

Gli indici corretti per gli effetti di calendario registrano una lieve crescita tendenziale solamente per il raggruppamento dei beni strumentali (+0,7%); variazioni negative si rilevano, invece, per i beni intermedi (-2,2%), i beni di consumo (-1,9%) e l'energia (-1,4%).

I settori di attività economica che registrano la maggiore crescita annua sono l'attività estrattiva (+2,8%), la fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche (+1,8%) e la fabbricazione di macchinari e attrezzature n.c.a. (+1,3%). Le maggiori flessioni si registrano invece nella fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (-6,4%), nella industria del legno, della carta e stampa (-5,8%), nella metallurgia e prodotti in metallo (esclusi macchine e impianti) (-2,8%) e nella fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (-2,8%).

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE

Valori destagionalizzati – 2015=100



Fonte: Istat

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

Fonte: Istat



Nel pieno della discussione su una possibile nuova stretta americana al commercio globale con una serie di dazi verso la Cina, a **luglio** le **esportazioni** italiane hanno subito un contraccolpo congiunturale (-2,6%), dovuto prevalentemente al rallentamento delle vendite fuori dai confini europei; resta vivace invece la dinamica annua (+6,8%).

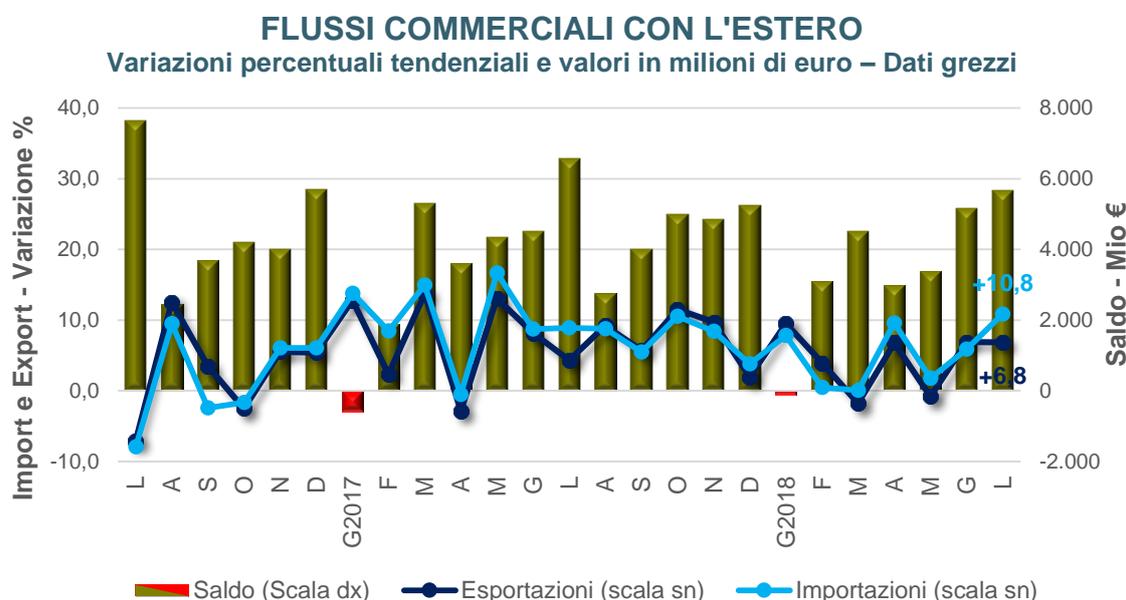
L'aumento dell'export su base annua coinvolge sia l'area Ue (+8,5%) sia i paesi extra Ue (+4,8%). I settori che trainano la crescita tendenziale sono i metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti (+12,4%), i macchinari e apparecchi n.c.a. (+7,0%), i prodotti petroliferi raffinati (+41,6%) e i mezzi di trasporto, esclusi autoveicoli (+12,0%). Sono al contrario in diminuzione, su base annua, le esportazioni di autoveicoli (-6,0%) e quelle degli articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici (-2,8%).

I paesi che contribuiscono maggiormente all'incremento dell'export sono Francia (+11,9%), Germania (+9,0%), Svizzera (+14,4%) e Spagna (+8,7%).

L'Istat stima che il **surplus commerciale** si riduca di 886 milioni (da +6.562 milioni a luglio 2017 a **+5.676 milioni a luglio 2018**). Nei primi **sette mesi dell'anno** l'**avanzo commerciale** raggiunge **+24.734 milioni** (+47.623 milioni al netto dei prodotti energetici).

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

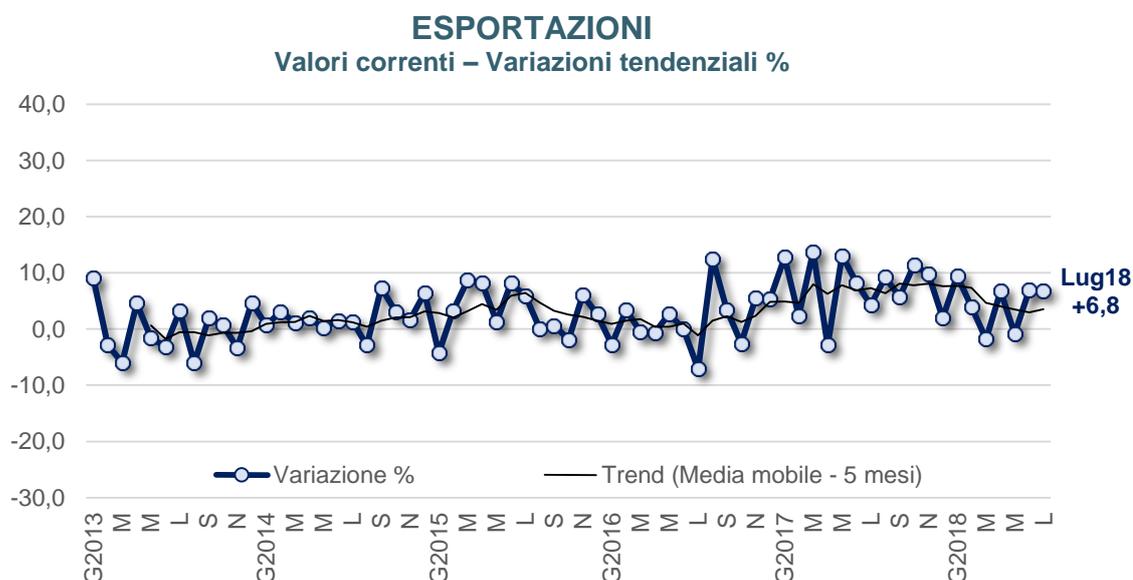
Fonte: Istat



Fonte: Istat

Nel periodo **gennaio-luglio**, la crescita tendenziale dell'export è pari a **+4,2%** ed è sospinta dai metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti (+7,8%), dai prodotti alimentari, bevande e tabacco (+4,7%), dai mezzi di trasporto, autoveicoli esclusi (+11,9%), dagli articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici e dagli apparecchi elettrici (+5,0% entrambi).

Nel medesimo periodo, le importazioni sono aumentate del **+5,0%**.



Fonte: Istat

A luglio il **cambio euro-dollaro** ha mostrato un andamento altalenante: partito in rialzo, l'indice ha raggiunto il massimo mensile (pari a 1,179) lunedì 9; successivamente ha continuato a oscillare, registrando il minimo giovedì 19 (1,159) e chiudendo a 1,174.

La media del mese è risultata allineata a quella del mese precedente (1,168 a giugno, 1,169 a luglio).

TASSO DI CAMBIO Euro/Dollaro Valori medi giornalieri



Fonte: Banca d'Italia

Il quadro che emerge dall'analisi dei dati Istat sull'**occupazione** ad **agosto** evidenzia ancora una volta una situazione in chiaroscuro.

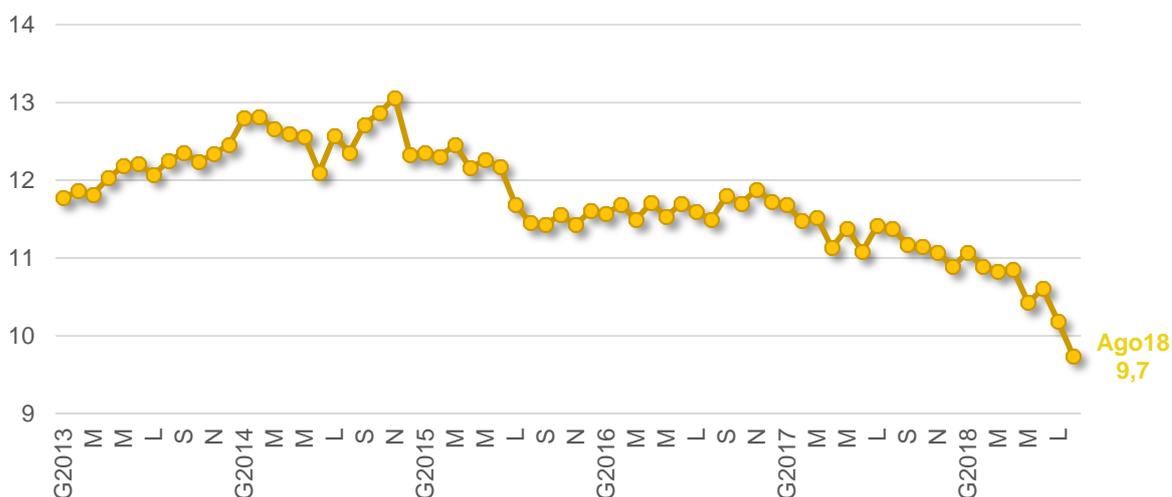
Nel mese estivo, il **tasso di occupazione** si è attestato al **59%**, record storico dall'inizio delle serie (1977). Nel parlare di ripresa dell'occupazione (in riferimento, in particolare, al calo registrato nei due mesi precedenti), gli analisti dell'Istat esprimono tuttavia cautela, sottolineando come l'aumento congiunturale si distribuisca tra le persone con più di 25 anni e evidenziando inoltre l'importante crescita della quota dei contratti a termine (che hanno superato la soglia dei 3 milioni). Quest'ultimo dato risente in parte della "corsa al rinnovo e alla proroga dei contratti a tempo determinato innescata dall'approvazione del *DL Dignità*, pubblicato a luglio con la previsione di un periodo di transizione fino al 31 ottobre per i contratti già esistenti", motivo per cui è probabile che il numero di lavoratori a tempo determinato continui a crescere a ritmi sostenuti anche nei mesi di settembre e ottobre.

In totale, il **numero dei occupati** si attesta ad **agosto** a 23.369.000 di persone.

Per la prima volta dal 2012, il **tasso di disoccupazione** sfonda la soglia del 10% e cala al **9,7%**: miglior dato dal gennaio di sei anni fa, il tasso risulta in calo di 0,4 punti percentuali su luglio e 1,6 punti su agosto 2017. In tale contesto apparentemente favorevole occorre tuttavia sottolineare come sia aumentato il numero di **inattivi** in quasi tutte le classi di età; in lieve risalita inoltre la **disoccupazione giovanile**, ad **agosto** pari al **31%** (+0,2% rispetto a luglio).

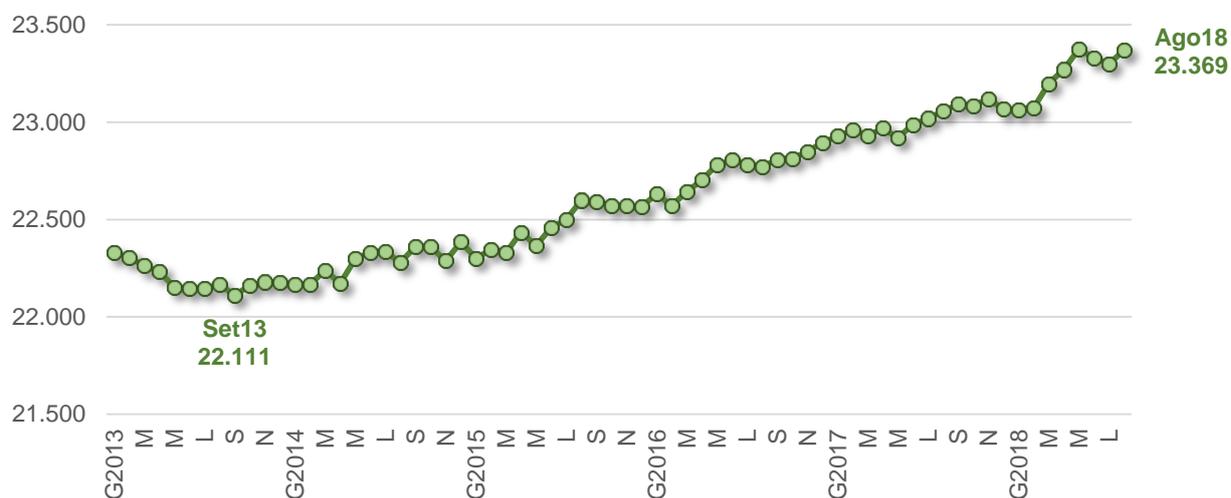
Secondo Eurostat, il tasso di disoccupazione rilevato ad agosto, per quanto storicamente poco elevato, colloca l'Italia al terzultimo posto tra i 19 paesi dell'eurozona: registrano tassi più elevati soltanto Grecia (19,1% a giugno) e Spagna (15,2%). I paesi con meno disoccupati risultano essere la Repubblica ceca (2,5%), Germania e Polonia (3,4%), mentre la media della disoccupazione nell'eurozona ad **agosto** è stata dell'8,1%, al minimo da novembre 2008.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – Migliaia



Fonte: Istat

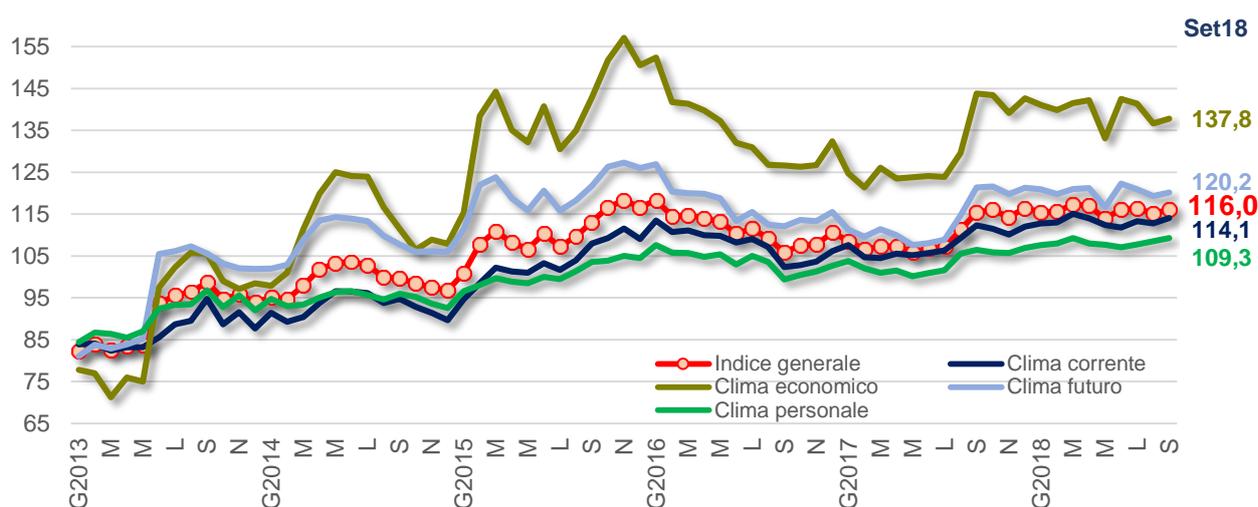
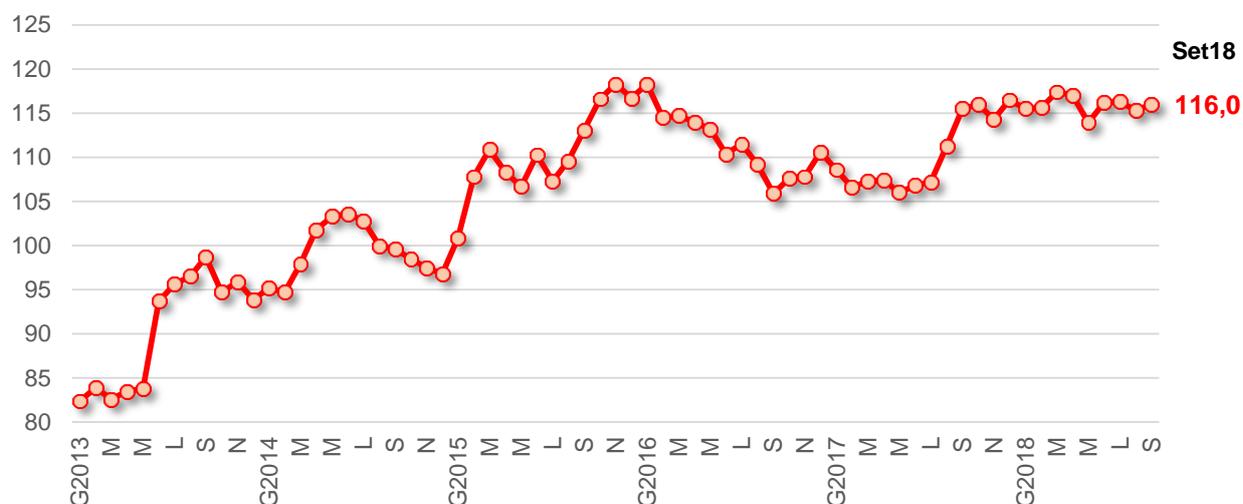


Dopo il decremento registrato il mese precedente, torna a crescere a **settembre** l'indice del **clima di fiducia dei consumatori** (da 115,3 punti a **116**), mostrando progressi diffusi a tutte le sue singole componenti.

Nello specifico, il clima economico e quello futuro, dopo il calo registrato lo scorso mese, aumentano, rispettivamente, da 136,7 a 137,8 e da 119,3 a 120,2, così come il clima corrente, che passa da 112,8 a 114,1; la componente personale sale per il terzo mese consecutivo passando da 108,5 a 109,3.

Per ciò che concerne i singoli indici, gli unici in – lieve – calo sono quelli relativi ai giudizi sul bilancio familiare e sulla situazione economica della famiglia, oltre che alle attese in merito a quest'ultima.

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



Fonte: Istat

In controtendenza l'indice relativo al **clima di fiducia delle imprese**, che mostra invece il terzo – seppur lieve – peggioramento consecutivo, toccando così il livello più basso da gennaio 2017 (era 103,4 allora, è pari a **103,7** a **settembre 2018**).

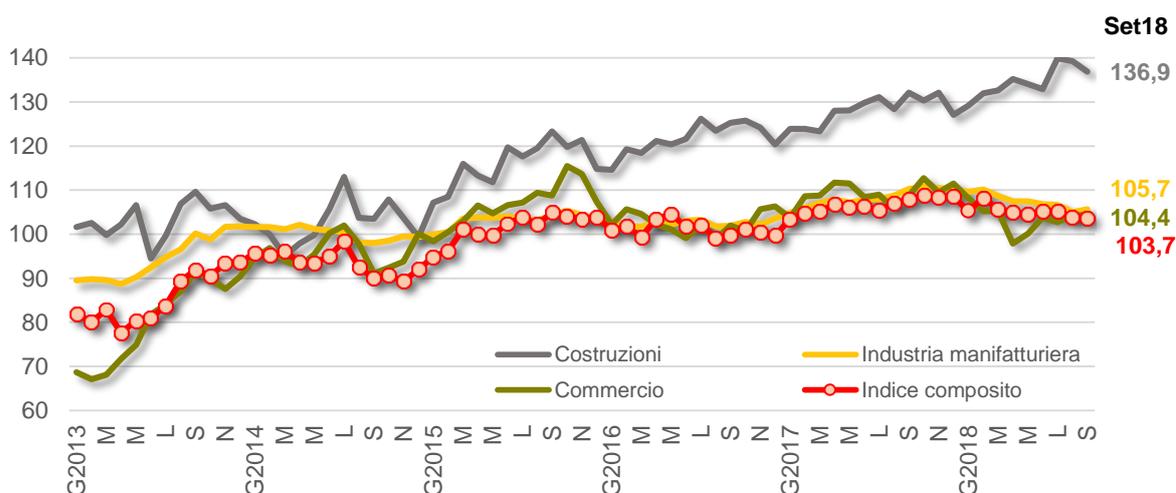
Nell'ultimo mese si rileva un ritorno alla crescita per la fiducia del **settore manifatturiero**, che sale da 105,0 a 105,7 punti: si tratta del primo segnale positivo per questo indicatore dallo scorso febbraio. Migliorano, in particolare, i giudizi sugli ordini in presenza di attese sulla produzione stabili rispetto al mese scorso.

Nel settore delle **costruzioni** – in calo da 139,3 a 136,9 – si registra un deterioramento sia dei giudizi sugli ordini sia delle aspettative sull'occupazione.

Per quanto riguarda il settore dei **servizi**, l'aumento dell'indice di fiducia (da 104,7 a 105,1) è dovuto essenzialmente ad un deciso miglioramento dei giudizi sull'andamento degli affari mentre i giudizi e le attese sugli ordini sono in peggioramento.

Nel **commercio al dettaglio** – il cui indice rimane pressoché stabile – si evidenzia una dinamica positiva delle attese sulle vendite future mentre i relativi giudizi peggiorano rispetto al mese scorso; le scorte di magazzino sono giudicate in lieve accumulo.

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



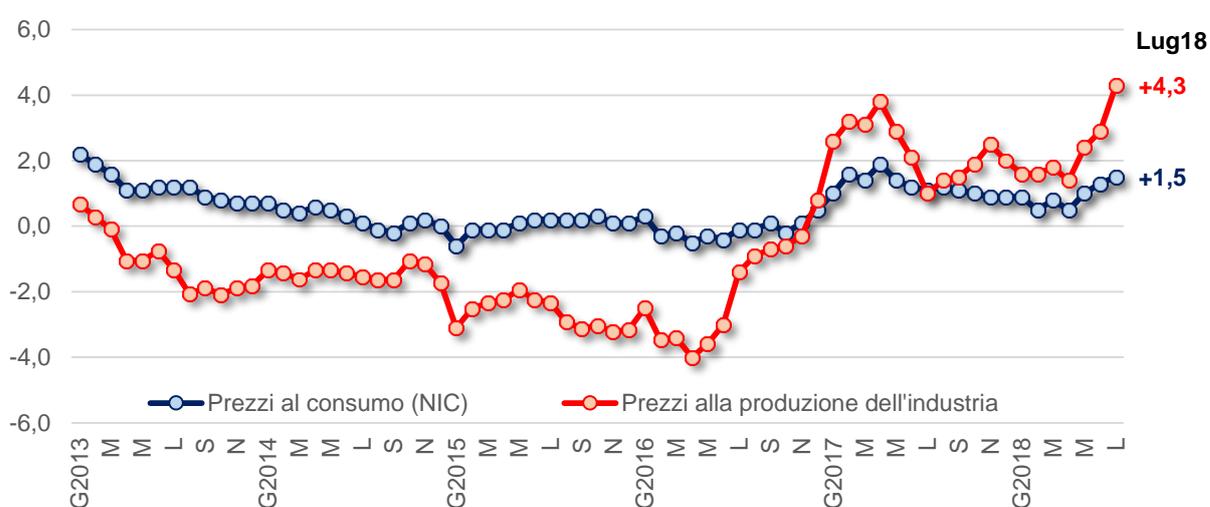
Fonte: Istat

Dopo l'andamento debole e incerto mostrato nei primi mesi dell'anno, da maggio il **tasso di inflazione** mostra chiari segnali al rialzo; a **luglio** l'indice dei prezzi ha ulteriormente accelerato la sua crescita, incrementando il già robusto tasso di incremento registrato il mese precedente (da +1,3% a **+1,5%**).

Le voci di rincaro maggiori riguardano i prodotti energetici regolamentati (elettricità e gas, che invertono la tendenza passando da -1,2% a +5,5%) e i beni alimentari, dinamiche solo parzialmente controbilanciate dal rallentamento della crescita dei prezzi dei trasporti (da +2,9% a +1,7%).

A **luglio 2018**, l'indice dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali**, spinto verso l'alto dalle dinamiche positive dell'energia e dei beni intermedi, aumenta su base annua del **+4,3%**.

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat



IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Il quadro ricostruibile a partire dai risultati dell'analisi delle tendenze della Distribuzione Moderna organizzata nel mese di **agosto** poco si discosta dalla fotografia riportata nelle due precedenti release della newsletter e relative ai mesi di giugno e luglio.
- Il **fatturato di iper e super** registra ad **agosto** un lieve calo (come a luglio, la perdita è pari a **-0,3%**); tra i formati, gli ipermercati di grandi dimensioni perdono il **-2,1%** mentre gli ipermercati e supermercati di dimensione inferiore a 4500 mq crescono dello **+0,3%**.
- In modo analogo ai due mesi precedenti, ad **agosto** le migliori performance sono registrate dai punti di vendita dell'Area 2 (Nord-Est, **+2,6%**) il cui fatturato, negli ultimi 4 mesi, è cresciuto mediamente del **2,8%**; ancora in affanno, al contrario, il Centro (**-2,0%**) e il Sud (**-1,8%**).
- A fronte di una sostanziale stabilità a progressivo per le referenze del LCC e una lieve crescita del fresco (**+0,3%**), ad **agosto** si registra un decremento per quest'ultimo (**-0,7%**, cresceva del **+0,2%** a luglio), una lieve riduzione del LCC (**-0,1%**) e una significativa flessione del No Food (**-4,2%**).
- Considerando i primi **sette mesi dell'anno**, il valore delle vendite nella totalità di iper e super è decresciuto del **-0,2%**, conseguenza di un calo del **-2,9%** del fatturato degli iper>4500 mq e di un rialzo del **+0,6%** di quello degli store di dimensione inferiore.
- **A parità di rete**, le vendite restano sostanzialmente ferme sui livelli dell'anno precedente per tutti i format, compresi i discount che – dopo l'exploit dei mesi scorsi – registrano ad **agosto** un modesto **+0,4%**. Fanno eccezione a tale stabilità gli ipermercati con superficie superiore a 4500 mq (**-1,5%**).
- Tra i gruppi distributivi, più della metà ha fatto registrare un segno positivo sul mese; a progressivo, i risultati permangono invece negativi per 10 gruppi.
- Relativamente all'andamento del **grocery** a totale Italia, la crescita a valore di **agosto** è stata pari a **+1,3%**; nessuna variazione al contrario a volume (**0,0%**). Tra gli store format, significativi continuano ad essere gli incrementi registrati dagli specialisti drug (**+4,4%** in quantità, **+6,1%** in quantità) e – in misura più limitata – dai discount (**+4,3%** a fatturato). Ancora in calo il libero servizio (**-2,1%**) e gli ipermercati di grandi dimensioni (**-1,3%**).

Considerazioni analoghe (pur con variazioni di entità diversa) valgono per il dato complessivo dei primi otto mesi dell'anno.

- L'indicatore dei prezzi del "**carrello della spesa**" registra ad **agosto** un aumento tendenziale (**+1,4%**) di poco inferiore a quello riportato il mese precedente (**+1,7%**). Il calo di intensità rilevato è da imputarsi principalmente alle **referenze a peso variabile**, il cui incremento dei prezzi su base annua è passato da **+3,1%** di luglio a **+2,3%** di agosto; più marginale il decremento della forza inflattiva registrato dal carrello dei **prodotti di Largo Consumo Confezionato** (da **+1,3%** a **+1,1%**).
- Ad **agosto 2018**, la **percentuale di vendite in promozione** è risultata pari al **27,8%**, in deciso calo sia rispetto al mese precedente (**-2,0 p.p.**) che al medesimo mese dell'anno scorso (**-1,5 p.p.**). Il decremento della **pressione promozionale**, caratteristica costante nell'ultimo anno, è da imputarsi sia alla contrazione della percentuale delle referenze promozionate (quindi dell'offerta promozionale) che alla crescita delle vendite dei mercati emergenti, meno promozionati rispetto a quelli più maturi.

- Ad **agosto** la **Marca del Distributore** registra un'incidenza sul totale delle vendite della GDO (pari a 18,7%) in linea con quella mostrata nello stesso periodo dell'anno precedente ma in calo di due decimi di punto percentuale se confrontata con l'analogo indicatore di luglio (18,9%). Rispetto ad agosto 2017, sia la marca Leader che i Follower perdono quasi 0,3 punti percentuali, a vantaggio delle Altre Marche (ora a quota 34,7%).

A progressivo, la **Marca del Distributore** si assesta a quota 19,3%.

- Dalle più recenti indicazioni sui **Consumi Non Alimentari** emerge un quadro composito, con differenze anche rilevanti a seconda delle categorie merceologiche.
- Parzialmente differente rispetto a quello delineato nei bimestri scorsi il quadro che emerge dall'analisi delle vendite di **elettrodomestici** nel **quarto bimestre** 2018. Per la prima volta nell'anno, il settore registra una variazione a valore positiva (+2,0%) sebbene la performance si confermi negativa a volume (-0,6%).

A progressivo il settore decresce del -4,0% in quantità e del -2,7% a fatturato.

- Dopo che nel bimestre scorso il mercato dell'**informazione** ha registrato performance negative sia a valore che a volume, nei mesi estivi torna a mostrare il profilo che lo ha caratterizzato nei mesi precedenti, con dinamiche positive a valore (ora pari a +4,5%) ma negative per i volumi (-6,1%).

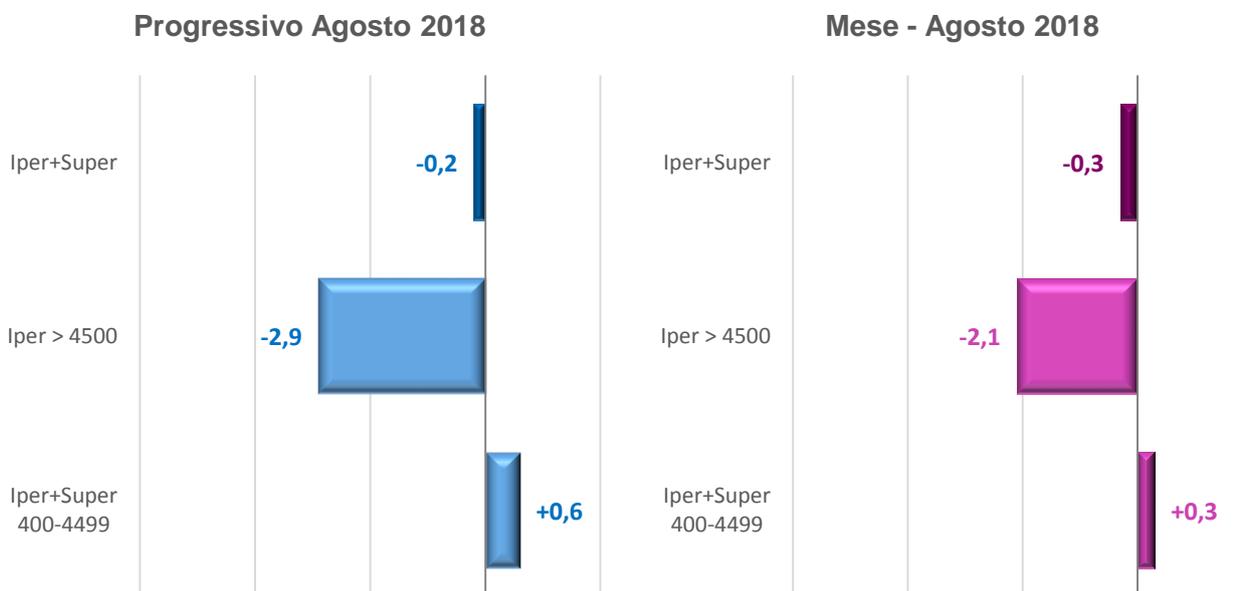
Tale discrasia è da imputarsi principalmente al comparto afferente la **telefonia** che – come nei bimestri precedenti – rileva un'evoluzione di fatturato positiva (+6,6%) ma volumi che permangono negativi (-3,6%).

- In merito al mercato del **Tessile-abbigliamento**, l'analisi delle vendite del **secondo trimestre del 2018** conferma ancora una volta il quadro sfavorevole già rilevato in precedenza: il settore registra variazioni negative in pressoché tutti i comparti considerati, seppur di valore parzialmente attenuato rispetto ai tre mesi precedenti. Il mercato nel suo complesso registra tra aprile e giugno una flessione pari a -1,2% a volume e -2,0% a valore.
- Dopo aver registrato a giugno, per la prima volta da inizio anno, un tasso di crescita tendenziale positivo, il valore delle **vendite al dettaglio** dei **prodotti non alimentari** (dato Istat) volge nuovamente al negativo: a **luglio** la variazione su base annua è stata pari a -1,0%. Si tratta dell' *“ennesimo segnale preoccupante sulla crescita del Paese, ancora troppo debole e in rallentamento”* dichiara Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.



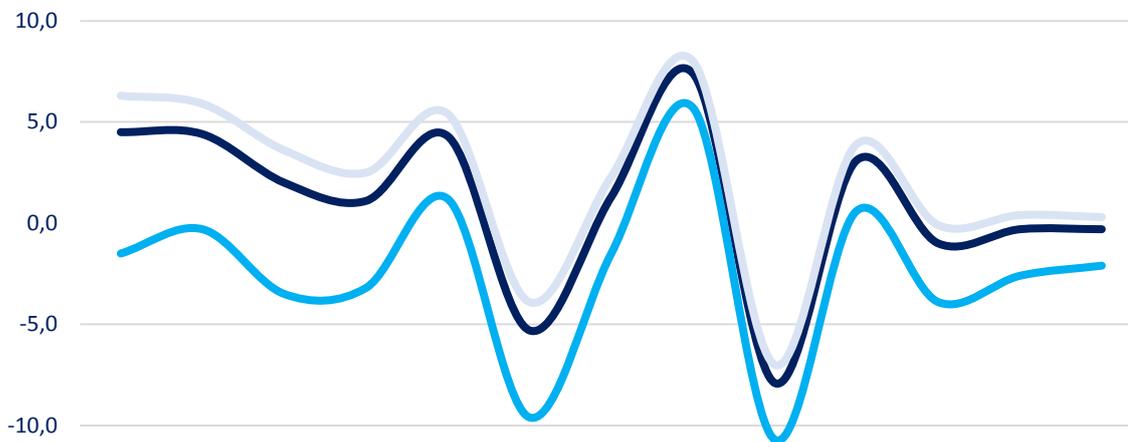
LE VENDITE

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



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

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

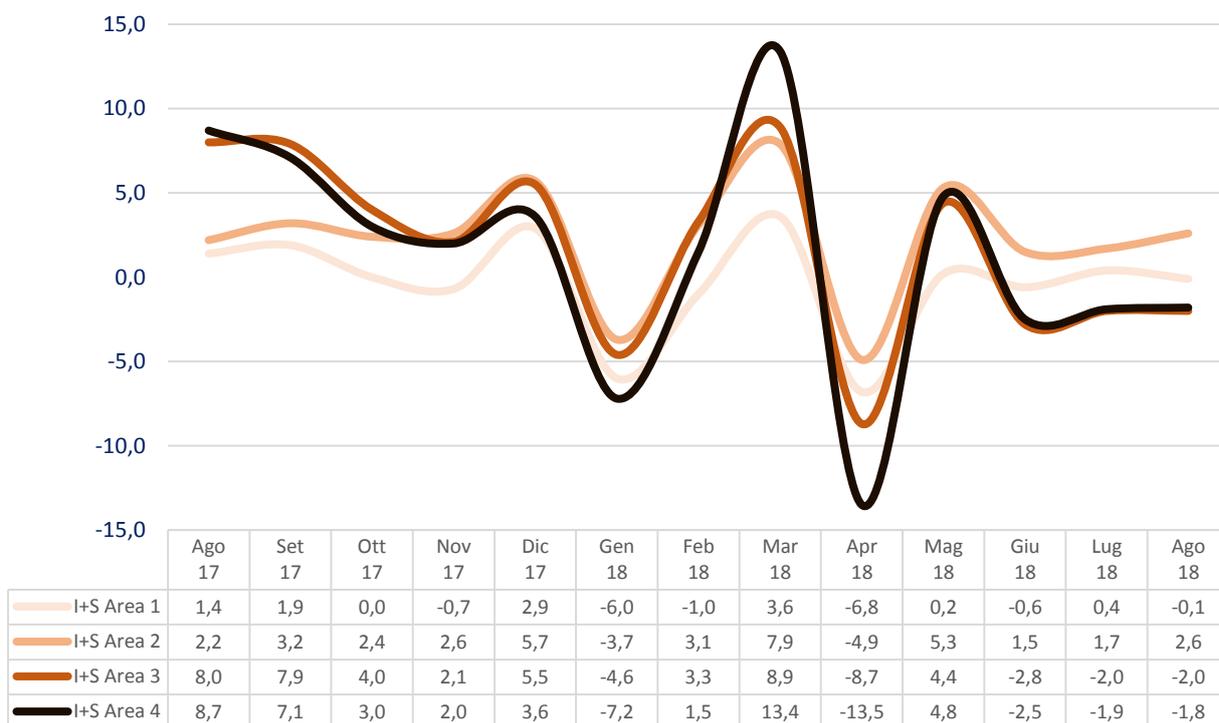


	Ago 17	Set 17	Ott 17	Nov 17	Dic 17	Gen 18	Feb 18	Mar 18	Apr 18	Mag 18	Giu 18	Lug 18	Ago 18
Iper+Super	4,5	4,4	2,0	1,1	4,3	-5,3	1,3	7,4	-7,9	3,1	-1,0	-0,3	-0,3
Iper > 4500	-1,5	-0,3	-3,5	-3,2	1,2	-9,6	-1,5	5,7	-10,7	0,6	-3,9	-2,6	-2,1
Iper+Super 400-4499	6,3	5,9	3,6	2,5	5,4	-3,9	2,3	8,0	-7,0	3,9	-0,1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

Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

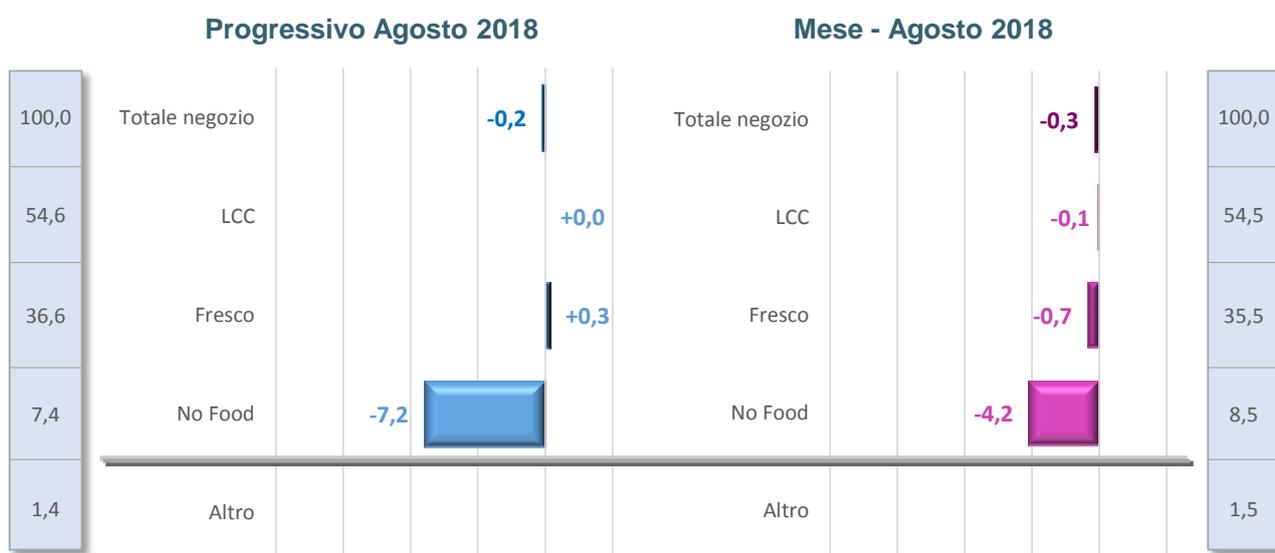
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

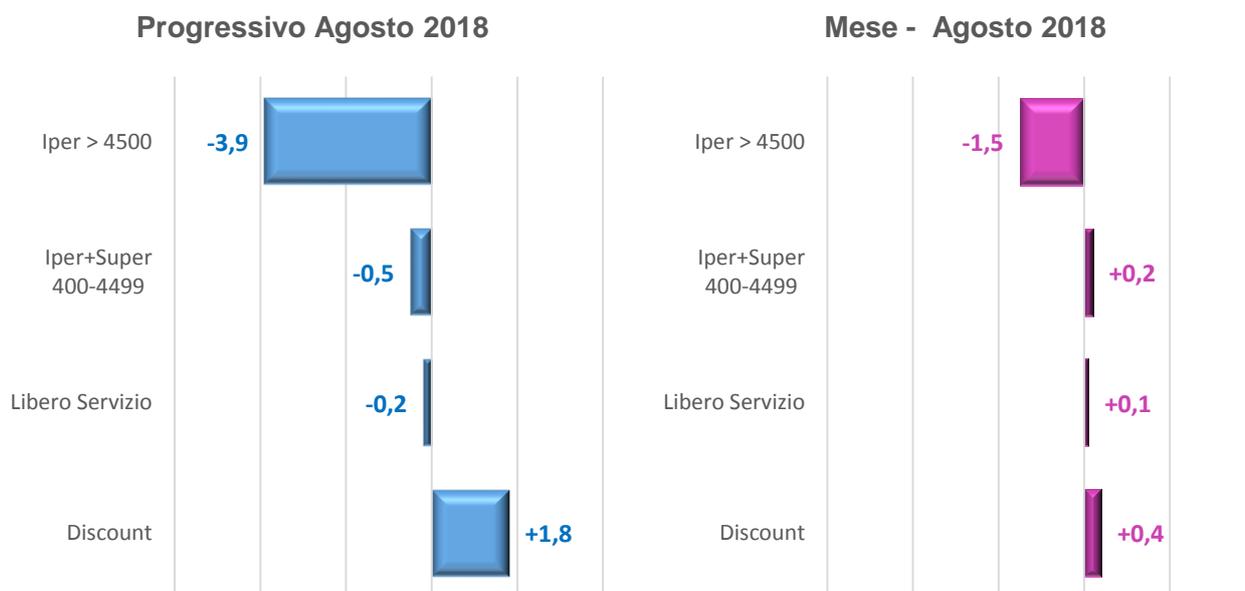
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

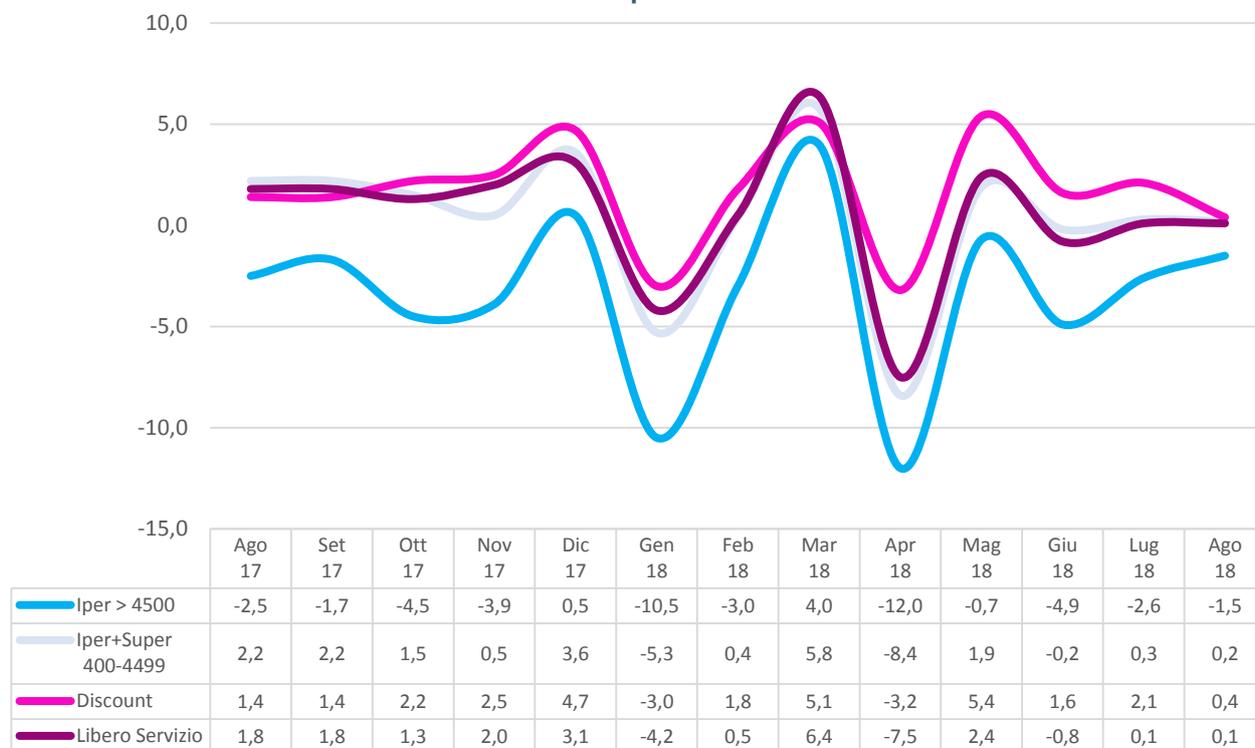
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

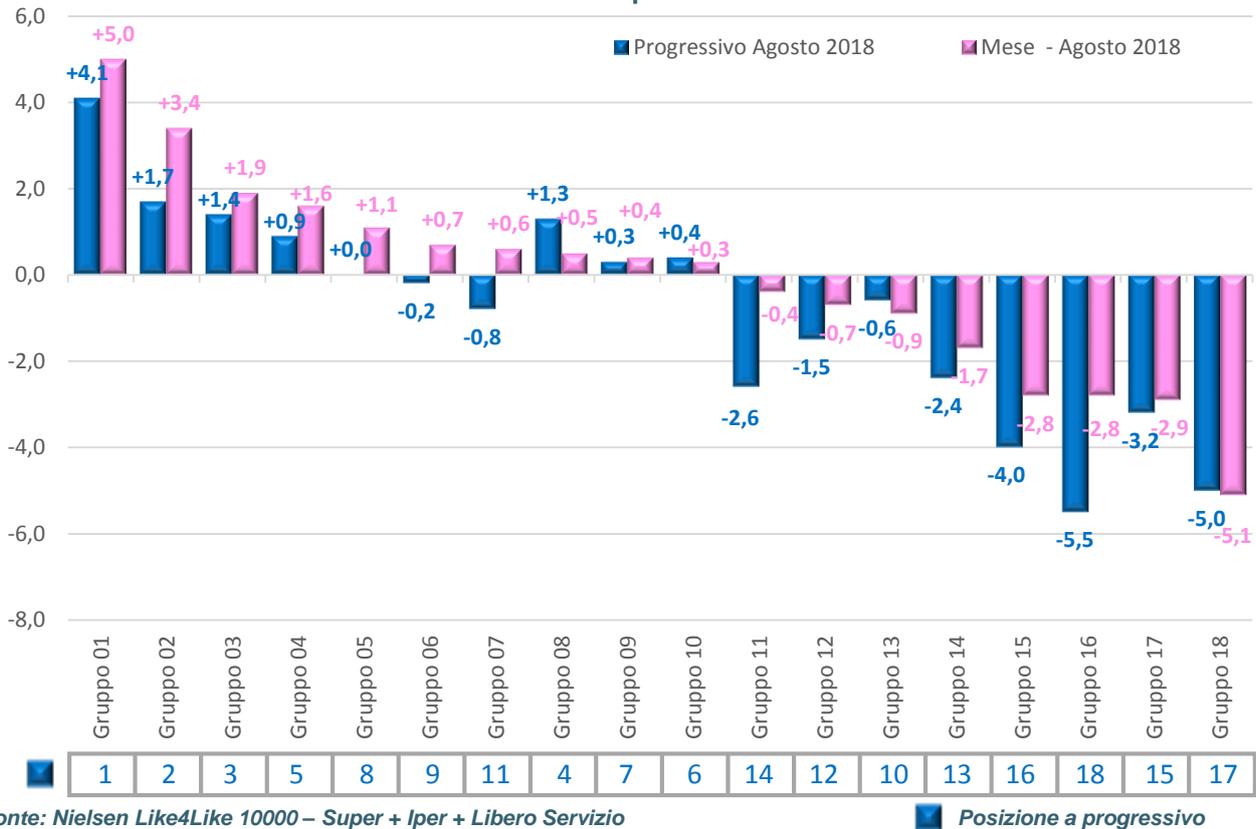
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO PER GRUPPO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante

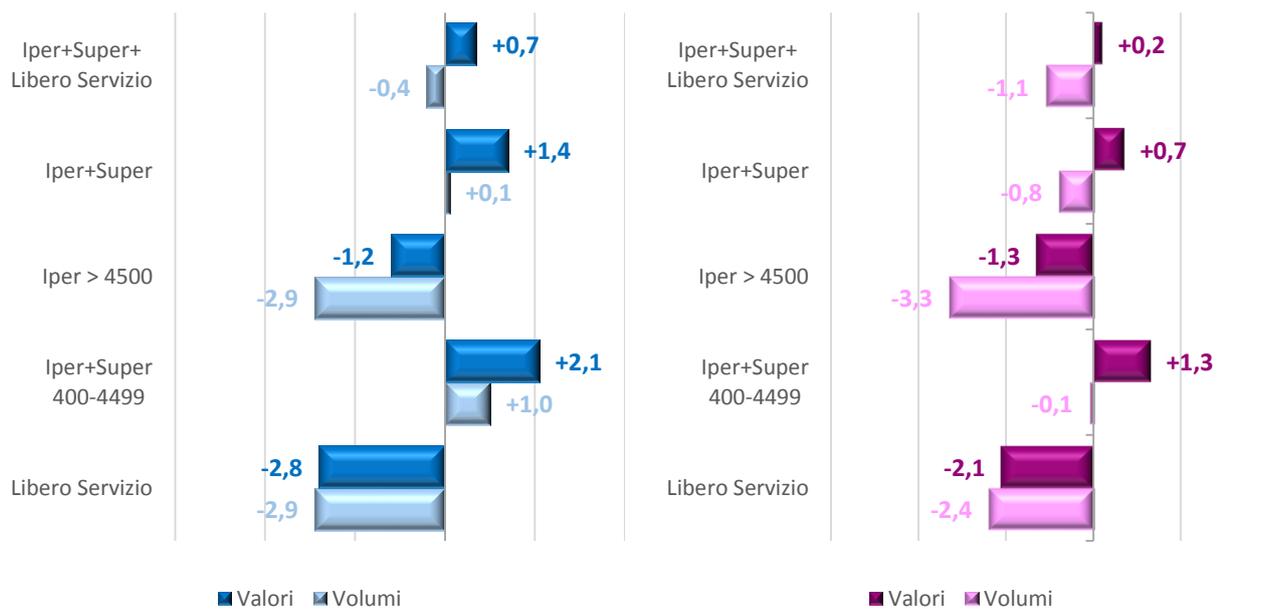


I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

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

Progressivo Agosto 2018

Mese - Agosto 2018



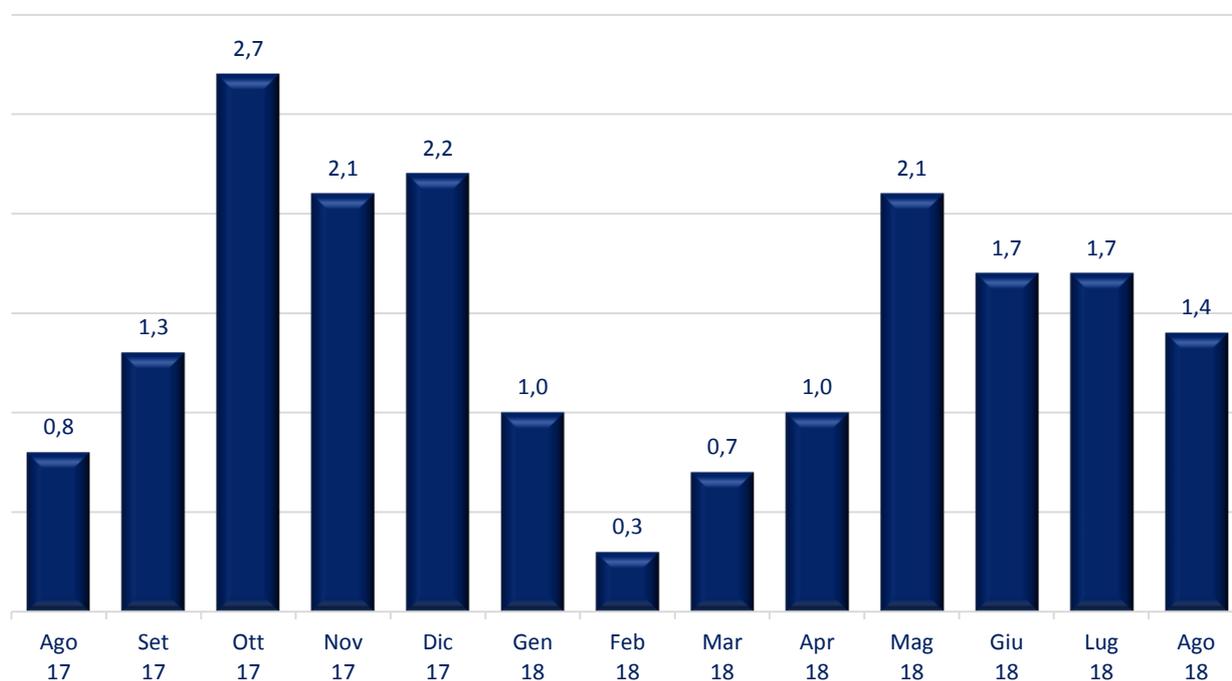
I PREZZI

L'indicatore dei prezzi del "**carrello della spesa**" registra ad **agosto** un aumento tendenziale **(+1,4%)** di poco inferiore a quello riportato il mese precedente **(+1,7%)**. Il calo di intensità rilevato è da imputarsi principalmente alle **referenze a peso variabile**, il cui incremento dei prezzi su base annua è passato da +3,1% di luglio a **+2,3%** di agosto; più marginale il decremento della forza inflattiva registrato dal carrello dei **prodotti di Largo Consumo Confezionato** (da +1,3% a +1,1%).

La scomposizione di tali componenti nelle variazioni dei rispettivi comparti evidenzia come, tra le categorie delle **referenze a peso variabile**, la tendenza al rialzo dei soli formaggi abbia acquistato vigore, passando da +0,5% di luglio a +0,9% di **agosto**; tutti gli altri comparti hanno registrato, al contrario, una variazione dei prezzi sì positiva ma inferiore o al più uguale (come nel caso della frutta) a quella mostrata il mese precedente.

Le diverse categorie di cui il **Largo Consumo Confezionato** si compone mostrano tutte un rialzo dei prezzi, pur se di entità variabile, ad eccezione dei prodotti per la cura della casa (-0,1%) e della drogheria alimentare (0,0%); per gli altri l'incremento spazia da +0,1% dei prodotti per la cura della persona a +3,5% dell'ortofrutta.

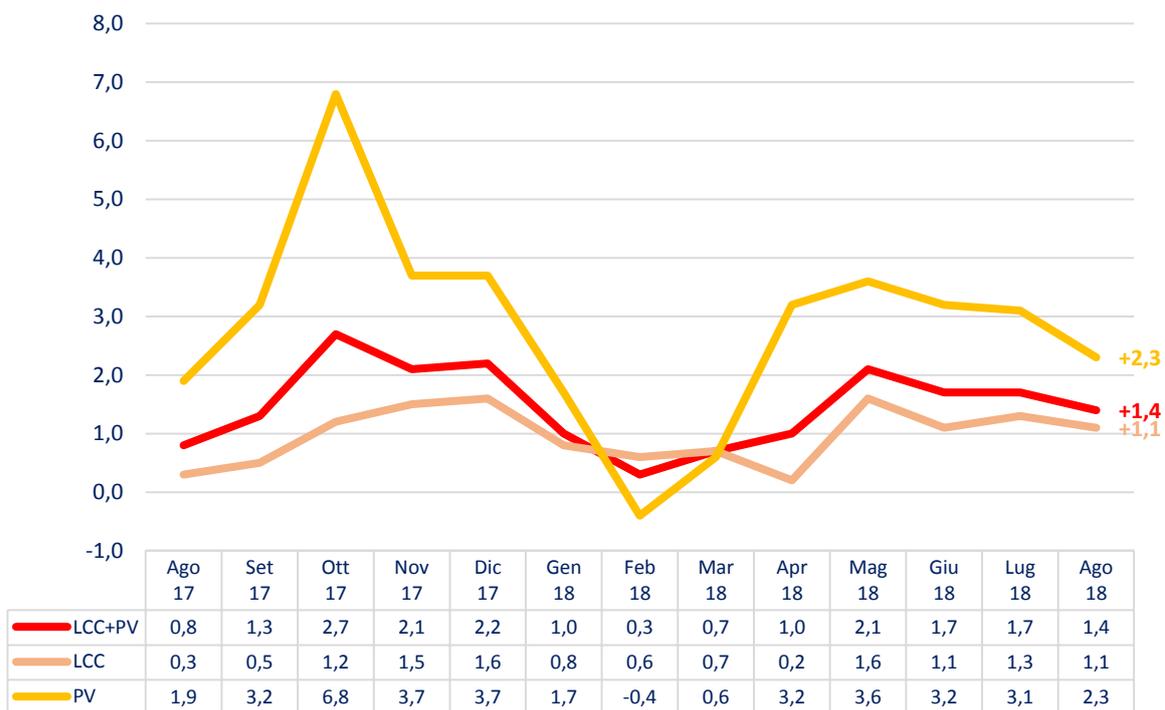
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



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

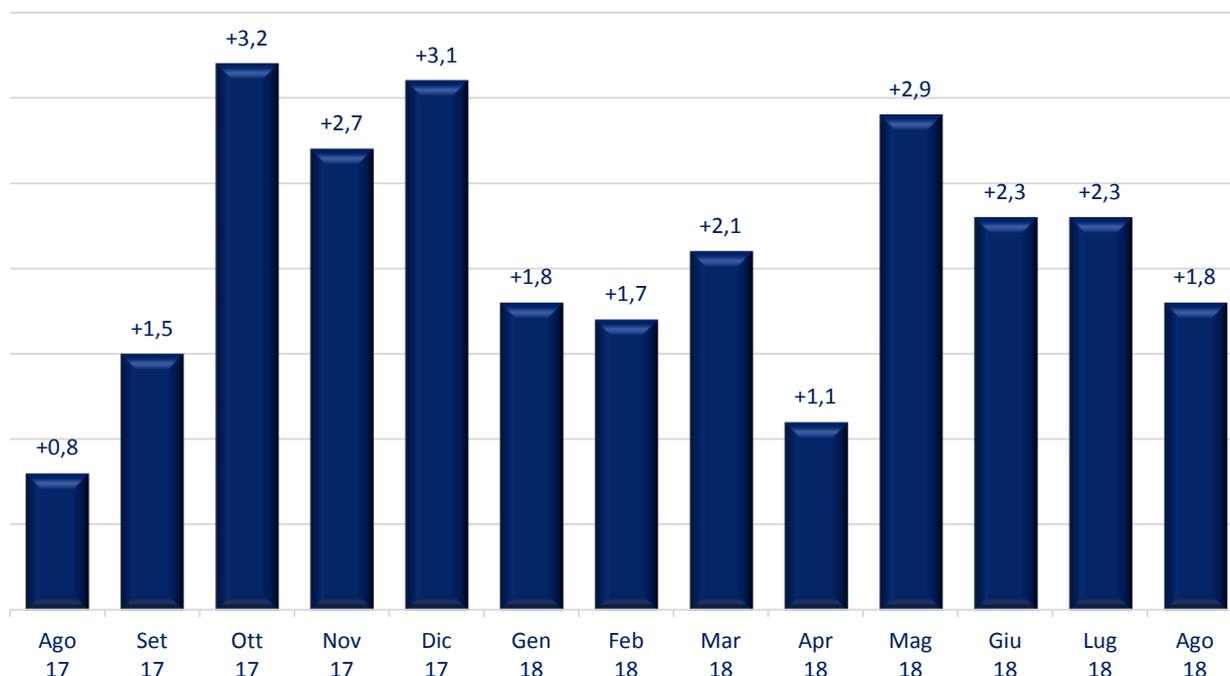


Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Analizzando nel dettaglio le dinamiche delle diverse forme distributive, si conferma la maggior spinta inflazionistica degli **ipermercati** (+1,8%, in calo di 5 decimi di punto percentuale rispetto a luglio). In flessione rispetto al mese precedente sia la variazione positiva dei prezzi dei prodotti del Largo Consumo Confezionato (da +2,1% a +1,7%) che quella più elevata delle referenze a peso variabile (da +3,2% a +2,4%).

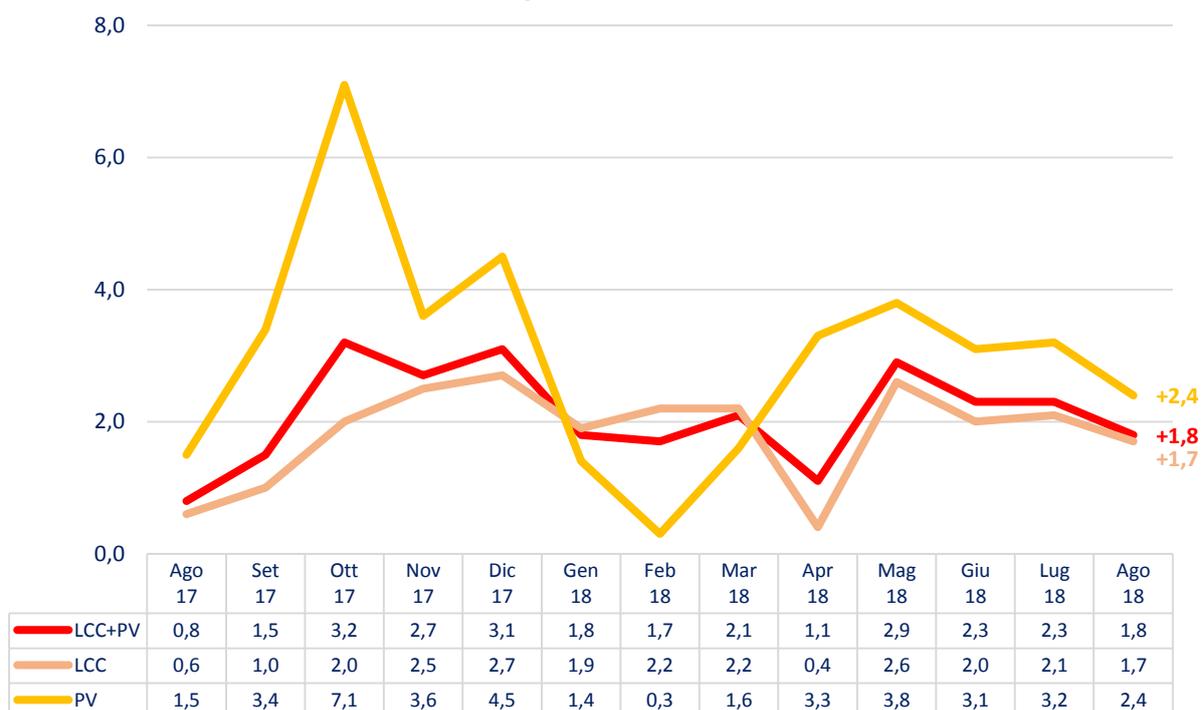
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati



Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati

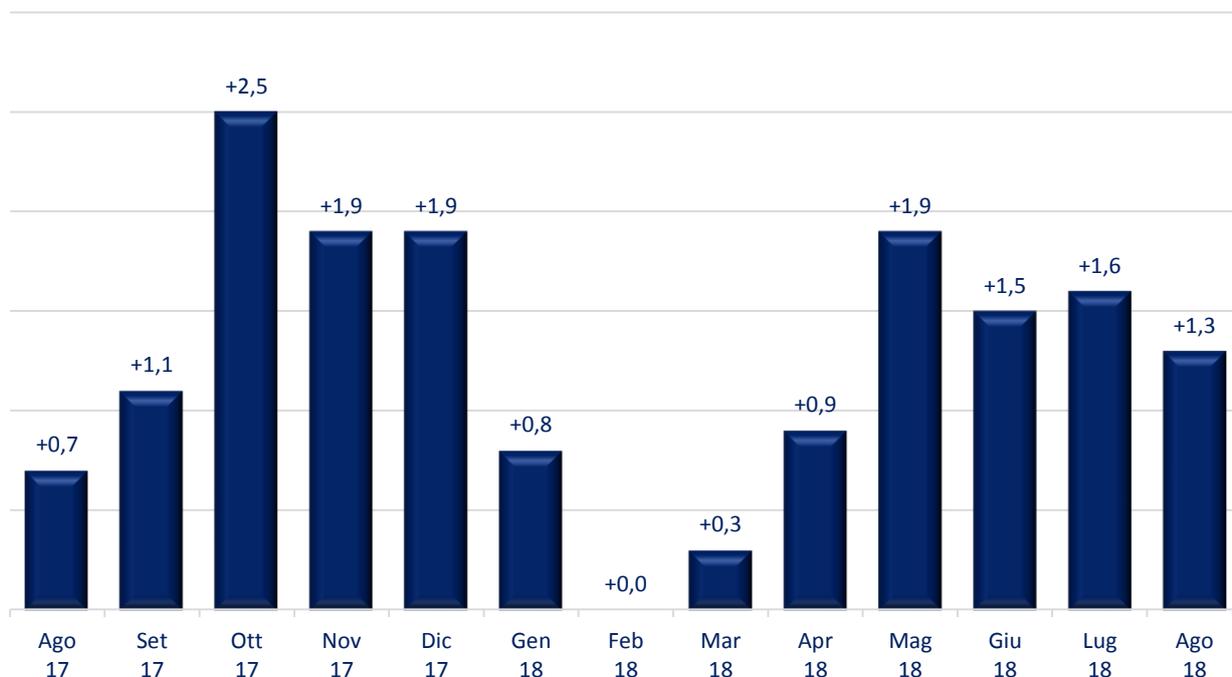


Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Più moderata (+1,3%) la crescita dei prezzi nei **supermercati**, per i quali maggiore risulta essere il differenziale di crescita tra il valore del carrello dei prodotti di LCC (+0,9%) e quello delle referenze a peso variabile (+2,3%).

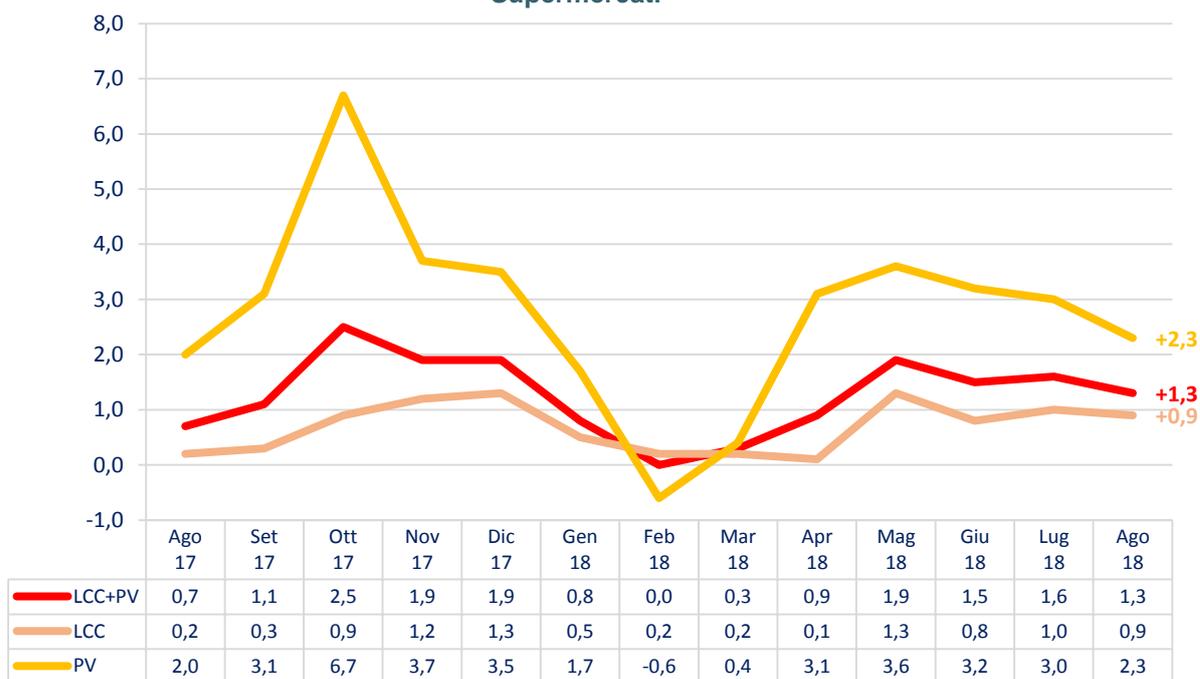
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



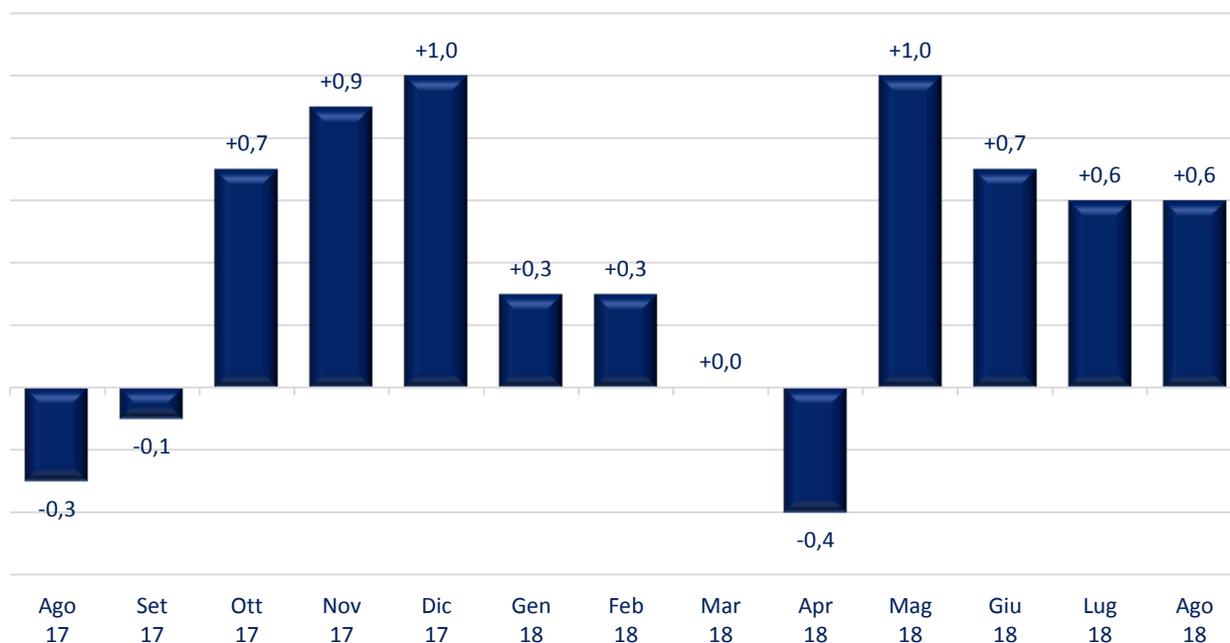
Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

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 in ipermercati, supermercati e superette (+0,6%, come nel mese precedente) risulta infatti decisamente inferiore rispetto a quella mostrata dal carrello (+1,4%).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Ipermercati + Supermercati + Superette



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

Come nel mese precedente, tre categorie (le stesse di luglio) mostrano ad **agosto** una dinamica tendenziale dei prezzi negativa, ossia quelle del petfood/petcare (-0,8%), dei prodotti per la cura della persona (-0,6%) e della drogheria alimentare (-0,4%); tutte le altre registrano al contrario variazioni positive, che oscillano tra il +0,6% dei prodotti per la casa e il +3,8% dell'ortofrutta.

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA

Ipermercati + Supermercati

LCC – Comparti (agosto 2018 vs agosto 2017)

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

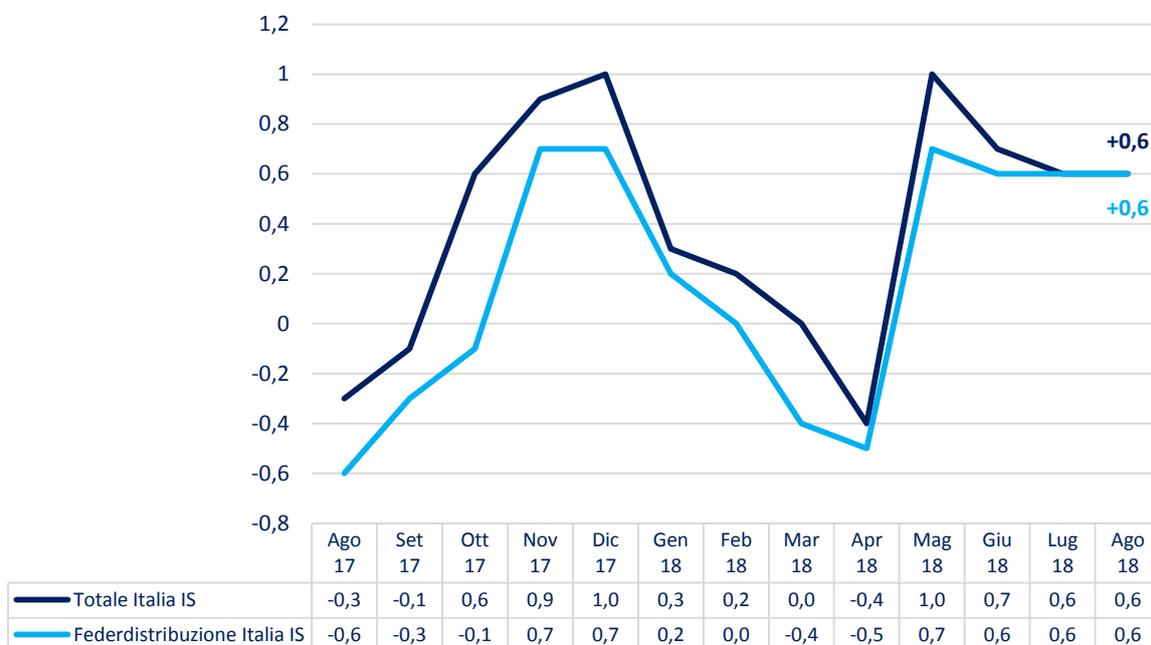
Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC a **parità assortimentale**, come a luglio anche ad **agosto** la dinamica dei prezzi registrata presso le aziende associate a **Federdistribuzione** risulta allineata a quella mostrata dalla totalità degli ipermercati e supermercati, ossia pari a +0,6%.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

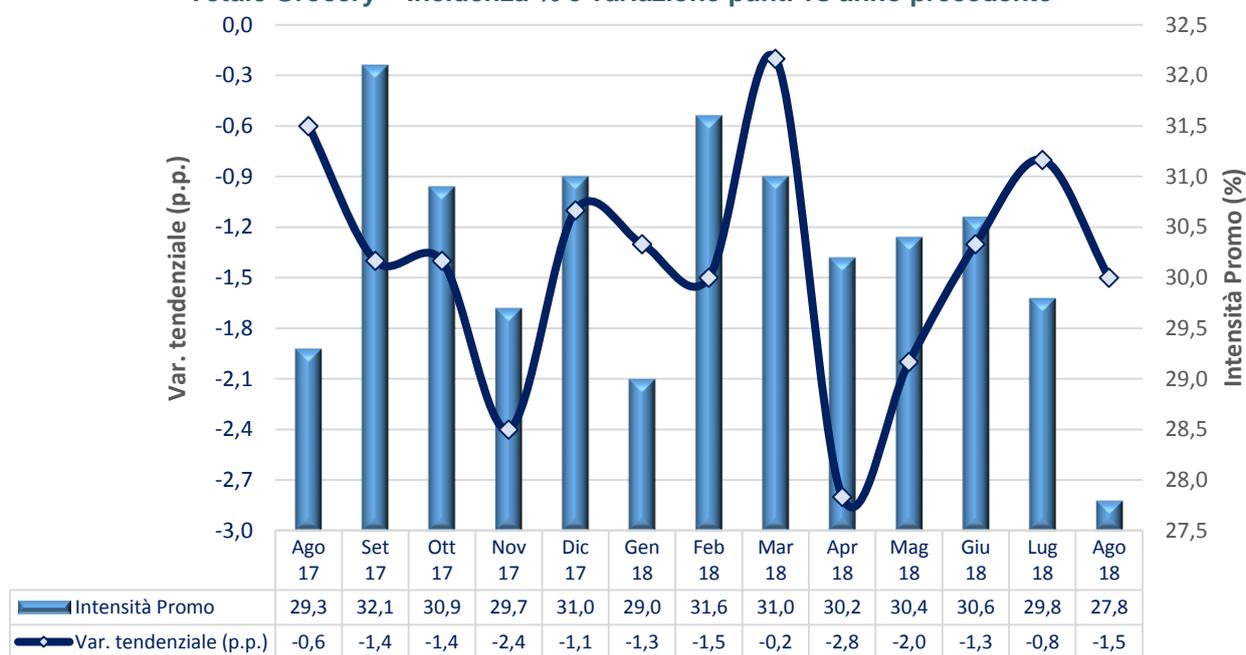
LE PROMOZIONI

Ad **agosto 2018**, la percentuale di **vendite in promozione** è risultata pari al 27,8%, in deciso calo sia rispetto al mese precedente (-2,0 p.p.) che al medesimo mese dell'anno scorso (-1,5 p.p.).

Il decremento della **pressione promozionale**, caratteristica costante nell'ultimo anno, è da imputarsi sia alla contrazione della percentuale delle referenze promozionate (quindi dell'offerta promozionale) che alla crescita delle vendite dei mercati emergenti, meno promozionati rispetto a quelli più maturi. Su base annua, il calo è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (-1,1 p.p.) che nei punti di vendita con superficie inferiore (-1,5 p.p.).

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				
	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago
Iper > 4.500 mq.	36,0	36,9	35,7	33,9	32,4	34,2	34,0	34,2	33,7	31,3
Super 400-4.499 mq.	32,3	31,3	31,0	29,7	28,4	29,2	29,6	29,7	28,9	26,9

Fonte: Nielsen Trade*Mis

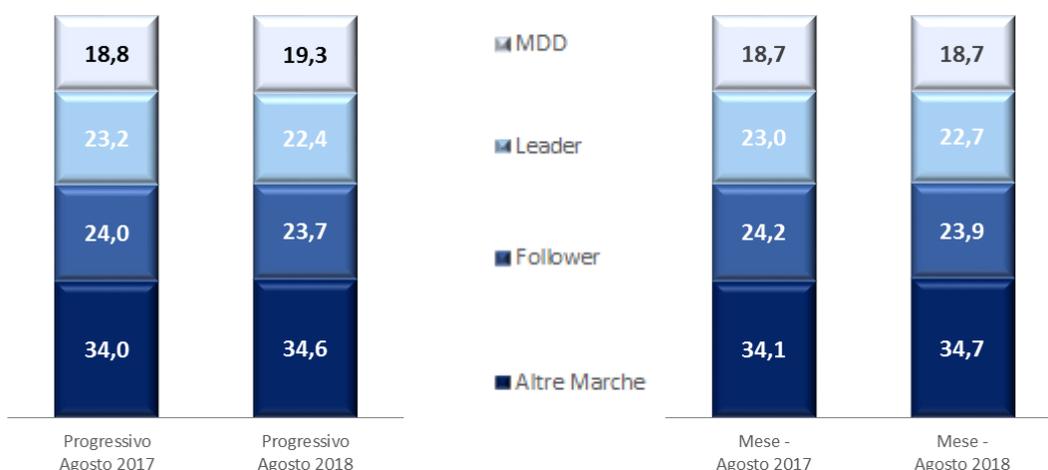
A livello di **iper** e **super**, le **promozioni di prezzo** – più direttamente attribuibili alla Distribuzione – si attestano al **20,3%**, in calo di 1,6 p.p. rispetto al mese precedente e di 7 decimi di punto percentuale rispetto al agosto 2017.

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

Ad agosto la **Marca del Distributore** registra un'incidenza sul totale delle vendite della GDO (pari a 18,7%) in linea con quella mostrata nello stesso periodo dell'anno precedente ma in calo di due decimi di punto percentuale se confrontata con l'analogo indicatore di luglio (18,9%). Rispetto ad agosto 2017, sia la marca Leader che i Follower perdono quasi 0,3 punti percentuali, a vantaggio delle Altre Marche (ora a quota 34,7%).

A progressivo, la **Marca del Distributore** si assesta a quota 19,3%.

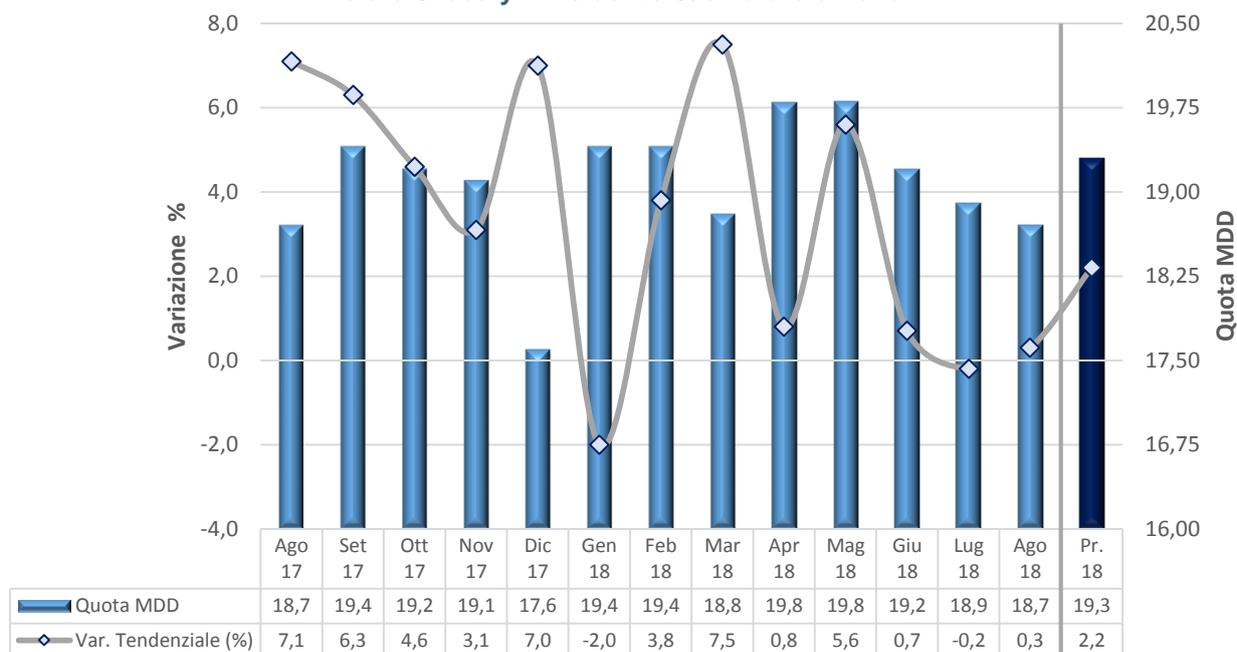
ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA Totale Grocery – Incidenza % a valore



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

Follower: da 2° a 4° marca

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



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

MERCATI NON FOOD

In merito al mercato del **Tessile-abbigliamento**, l'analisi delle vendite del **secondo trimestre del 2018** conferma ancora una volta il quadro sfavorevole già rilevato in precedenza: il settore registra variazioni negative in pressoché tutti i comparti considerati, seppur di valore parzialmente attenuato rispetto ai tre mesi precedenti.

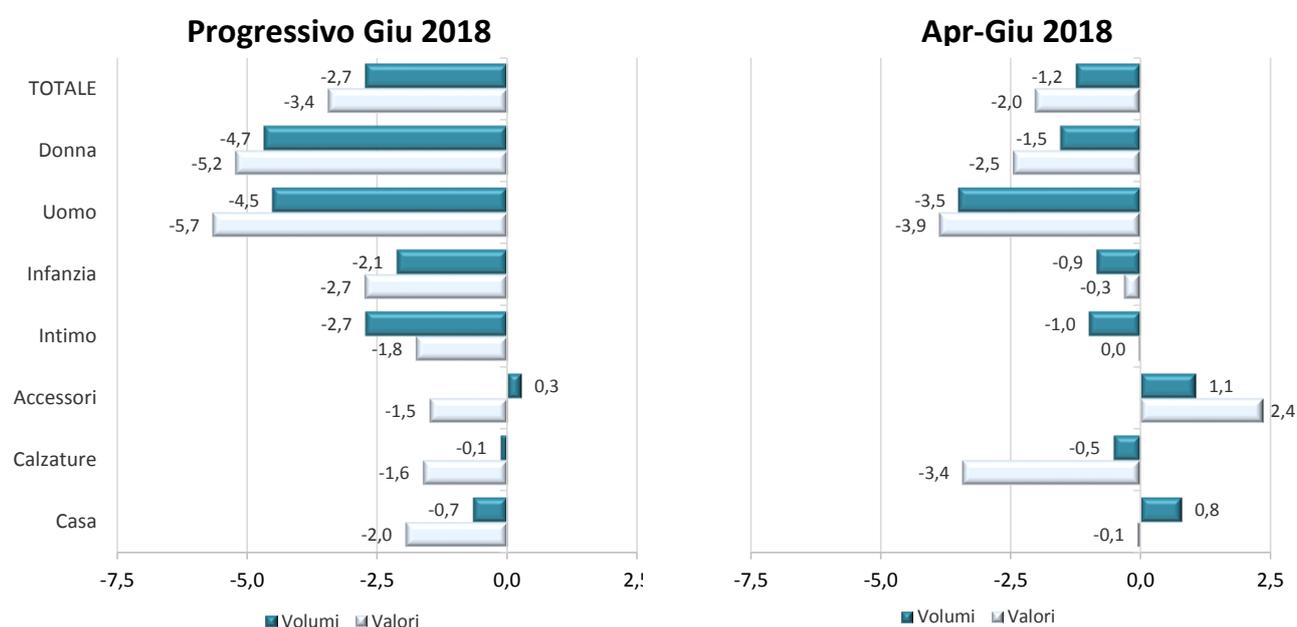
Il mercato nel suo complesso registra tra aprile e giugno una flessione pari a **-1,2%** a volume e **-2,0%** a valore.

Fa eccezione al calo generale il comparto degli accessori che registra incrementi sia in quantità (+1,1%) che a fatturato (+2,4%); positivo anche il dato relativo alle vendite a volume del comparto casa (+0,8%) cui tuttavia corrisponde una variazione a volume di fatto stabile (-0,1%).

Le maggiori criticità riguardano il comparto dell'abbigliamento uomo (-3,5% a volume e -3,9% a valore); meno marcato il calo delle vendite dell'abbigliamento femminile (-2,5% a fatturato).

A progressivo, il settore mostra una contrazione delle quantità pari a -2,7% e del fatturato del -3,1%. L'analisi dei singoli comparti mette in luce trend differenti ma complessivamente negativi.

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



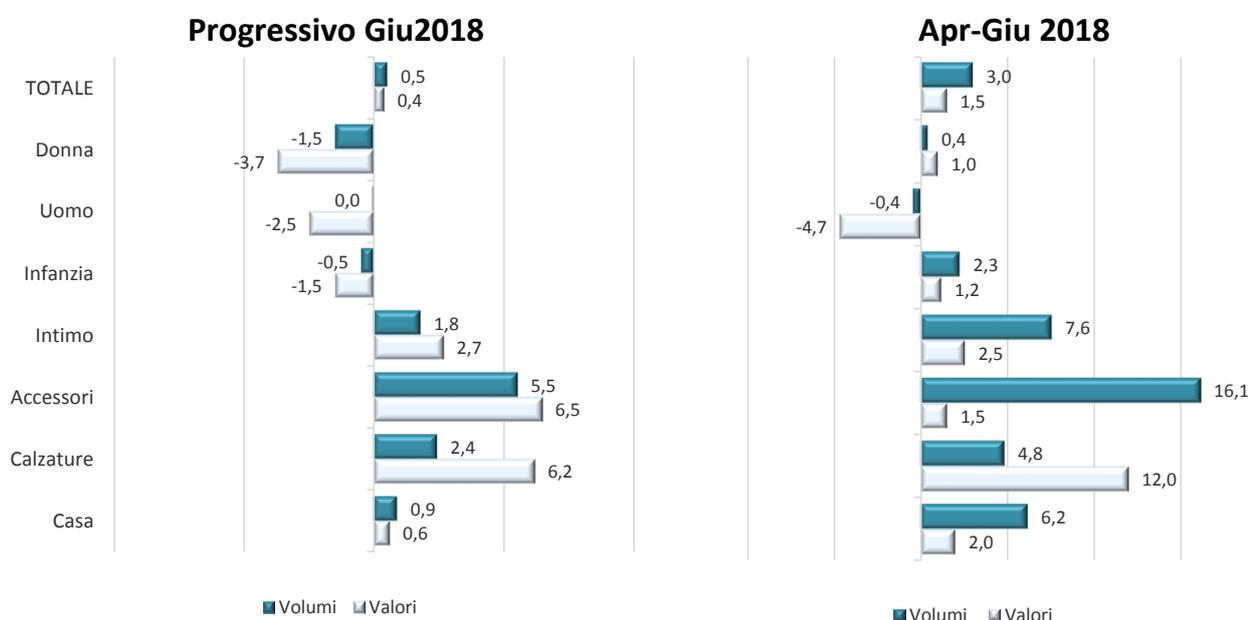
Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

Ben diverse 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). La Distribuzione moderna evidenzia, complessivamente, un andamento positivo sia per i valori (+3,0%) sia per i volumi (+1,5%).

Nel **secondo trimestre** risultano positive le performance di quasi tutte le categorie, ad eccezione dell'abbigliamento uomo che registra un decremento di fatturato pari a -4,7%: il comparto si conferma anche in tale contesto l' *worst performer* del mercato.

La dinamica più brillante a volume risulta essere quella degli accessori (+16,1%) mentre a valore il podio è detenuto dalle calzature (+12,0%).

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



Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

Parzialmente differente, rispetto a quello delineato nei bimestri scorsi, il quadro che emerge dall'analisi delle vendite di **elettrodomestici** nel **quarto bimestre** 2018. Per la prima volta nell'anno, il settore registra una variazione a valore positiva (+2,0%) sebbene la performance si confermi negativa (-0,6%) a volume.

Dopo l'andamento altalenante dell'ultimo periodo, nel bimestre con il più alto volume di scambio il comparto degli impianti di **condizionamento** torna a mostrare dinamiche di fatturato marcatamente negative (-8,5%); meno pesante il calo a volume (-0,7%).

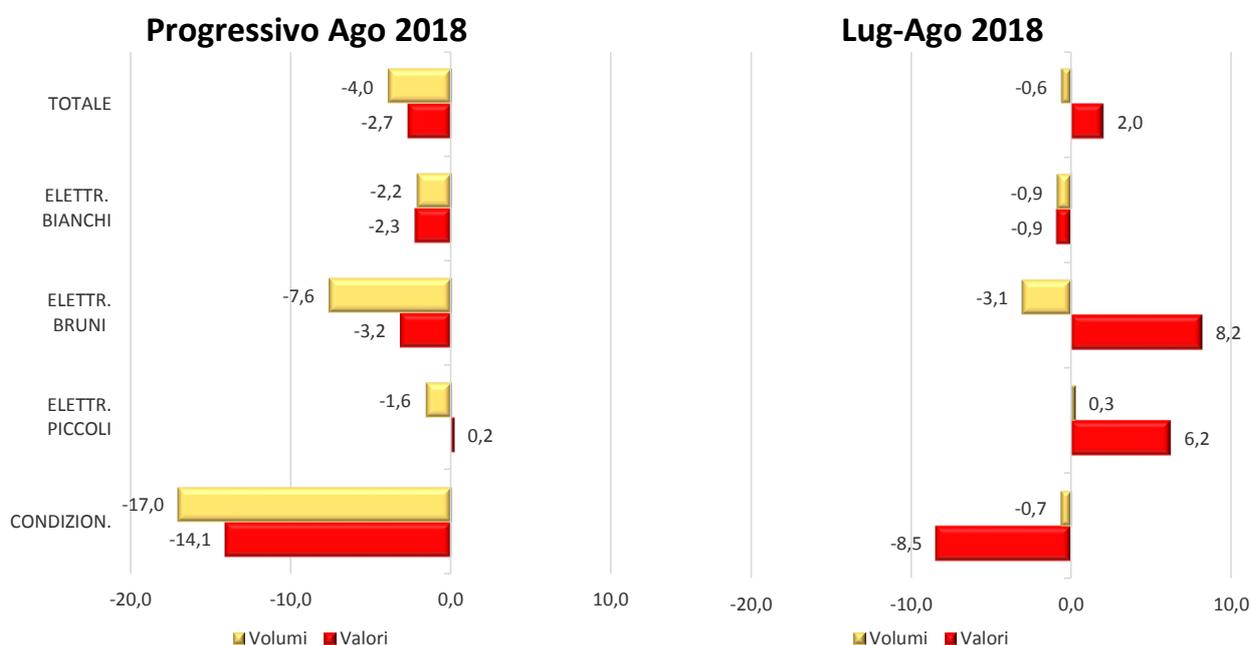
In ripresa gli **elettrodomestici bruni** che, dopo parecchi bimestri di decremento, ritrovano il segno più a valore (+8,2%) pur permanendo negativi in quantità (-3,1%).

Conferma la performance positiva del precedente bimestre il comparto dei **piccoli elettrodomestici** che, dopo un inizio d'anno caratterizzato da dinamiche negative, cresce ora a valore del +6,2% (+0,3% a volume).

Permane negativa invece la dinamica degli **elettrodomestici bianchi**, sebbene il tasso di decrescita (ora pari a -0,9%) risulti in attenuazione rispetto ai mesi precedenti.

A progressivo il settore decresce del -4,0% in quantità e del -2,7% a fatturato.

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



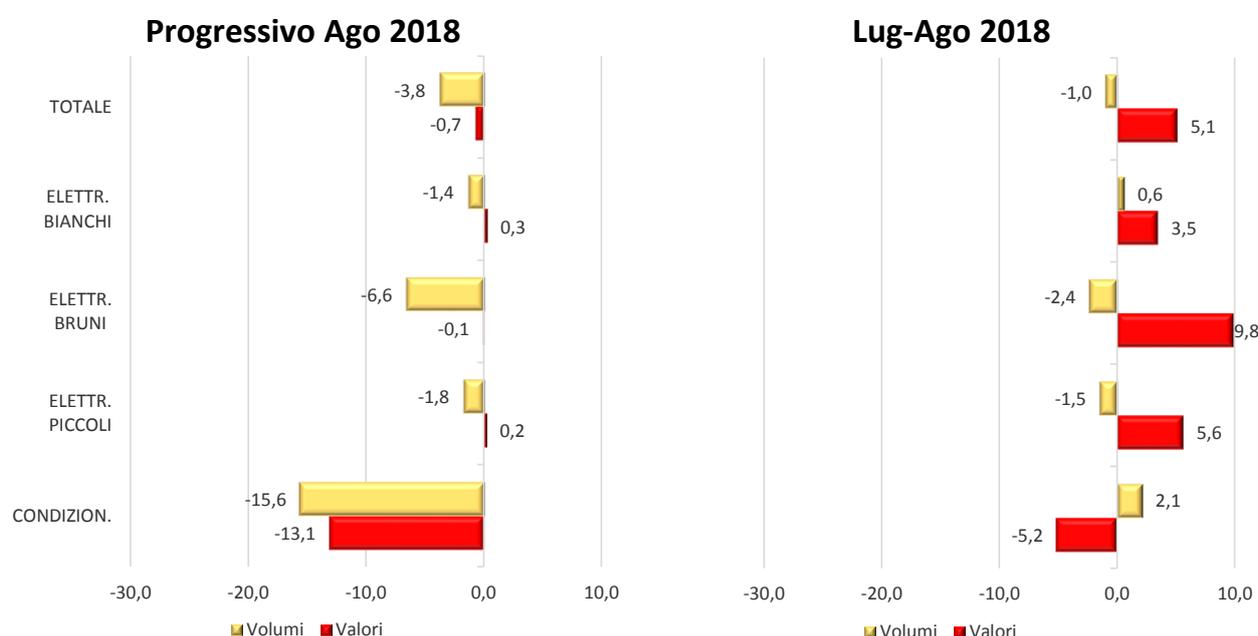
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Il quadro riferito alla sola **Distribuzione Moderna** porta a considerazioni non dissimili da quelle innanzi riportate, sebbene con variazioni mediamente più positive rispetto a quelle rilevate a totale mercato: l'analisi conferma una variazione a valore con segno più (+5,1%) e di segno meno (-1,0%) a volume.

Due le principali differenze rilevabili dal confronto con il quadro delineabile a totale mercato. La prima concerne le variazioni tendenziali degli **elettrodomestici bianchi**, in questo caso positive (rispettivamente pari a +3,5% a fatturato e +0,6% in quantità); la seconda riguarda le performance del settore dei **condizionatori**, che qui mostrano il segno più a volume (+2,1%).

Per gli altri comparti, le considerazioni desumibili dall'analisi sono analoghe a quelle già riportate innanzi.

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.

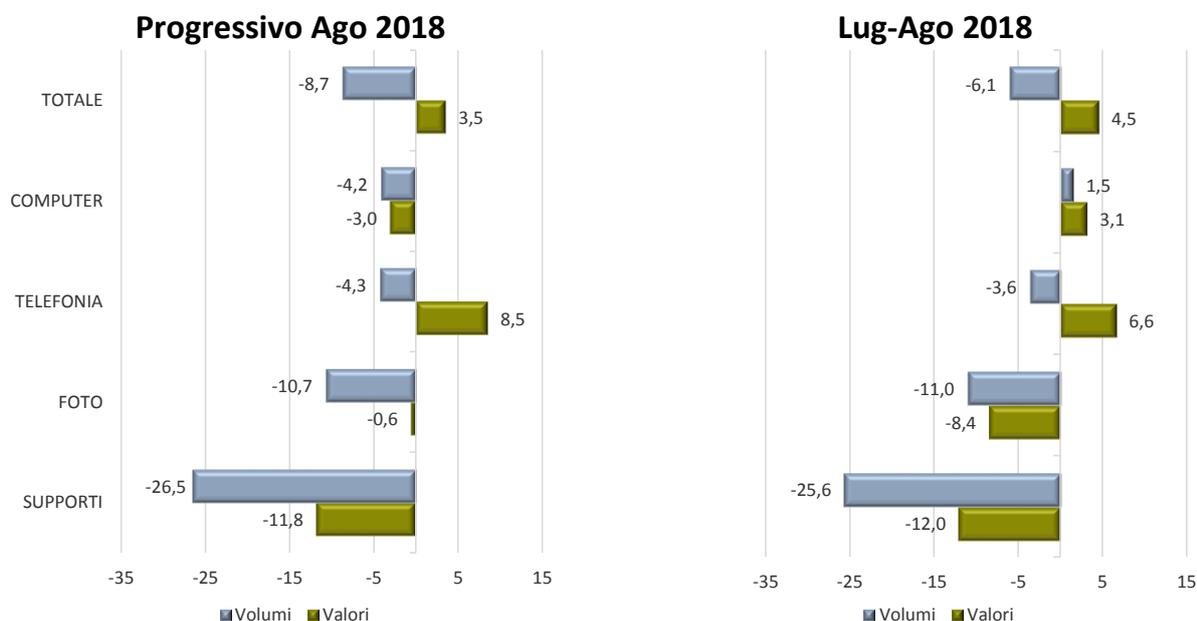
Dopo che nel bimestre scorso il mercato ha registrato performance negative sia a valore che a volume, nei mesi estivi torna a mostrare il profilo che lo ha caratterizzato nei bimestri precedenti, con dinamiche positive a valore (ora pari a +4,5%) ma negative per i volumi (-6,1%).

Tale discrasia tra quantità e fatturato è da imputarsi principalmente al comparto afferente la **telefonia** che – come nei bimestri precedenti – rileva un'evoluzione positiva a valore (+6,6%) ma con volumi che permangono negativi (-3,6%).

Diverse per intensità (ma entrambe con segno negativo) anche le dinamiche registrate dallo **storage**, comparto che continua inesorabilmente a mostrare decrementi a doppia cifra: decisamente più marcato il calo delle quantità (-25,6%), più attenuato quello a valore (-12,0%).

Torna positivo dopo vari bimestri il comparto dell'**informatica**; come nel bimestre scorso, negative risultano invece essere le variazioni tendenziali della **fotografia**.

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



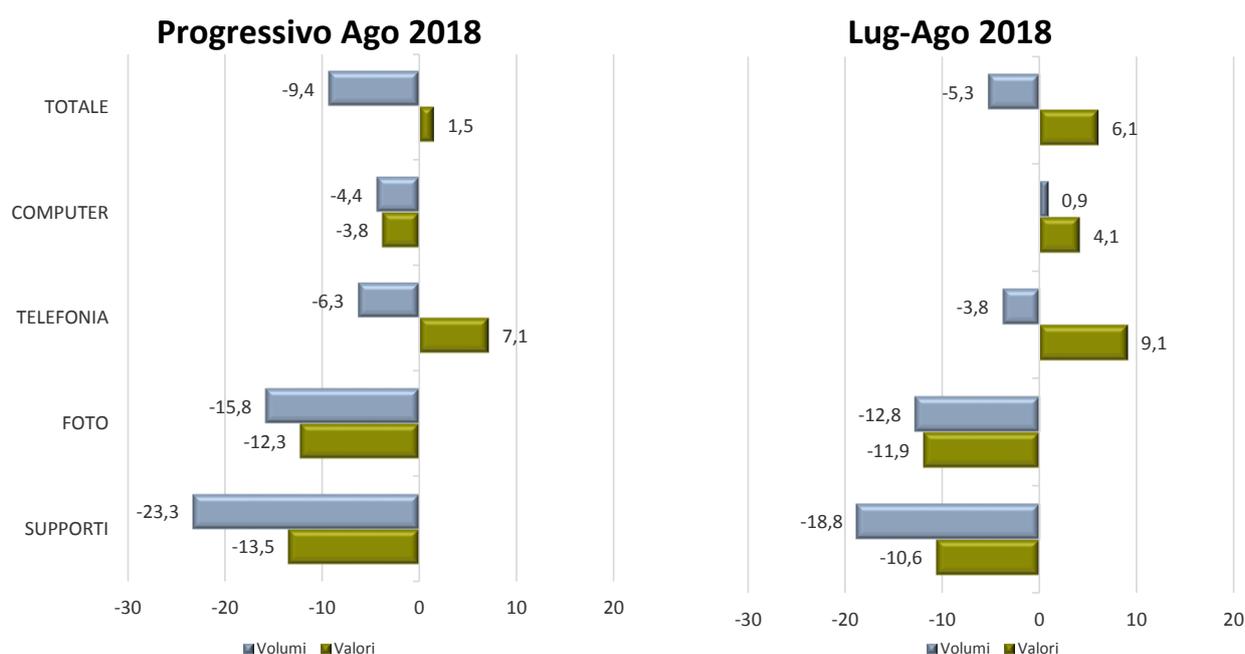
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Limitando lo sguardo alla sola **Distribuzione Moderna**, si osserva un trend complessivamente in linea con il totale mercato, con variazioni positive a valore (+6,1%) ma negative a volume (-5,3%).

Analoghe sono pure le considerazioni che si possono trarre osservando l'andamento dei singoli comparti: a fronte di decrementi importanti dello **storage** (elemento oramai costante dell'analisi) e, in misura meno rilevante, della **fotografia**, si registrano variazioni positive per l'**informatica** e performance divergenti per la **telefonia**.

TREND CONSUMI NON FOOD – INFORMAZIONE

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

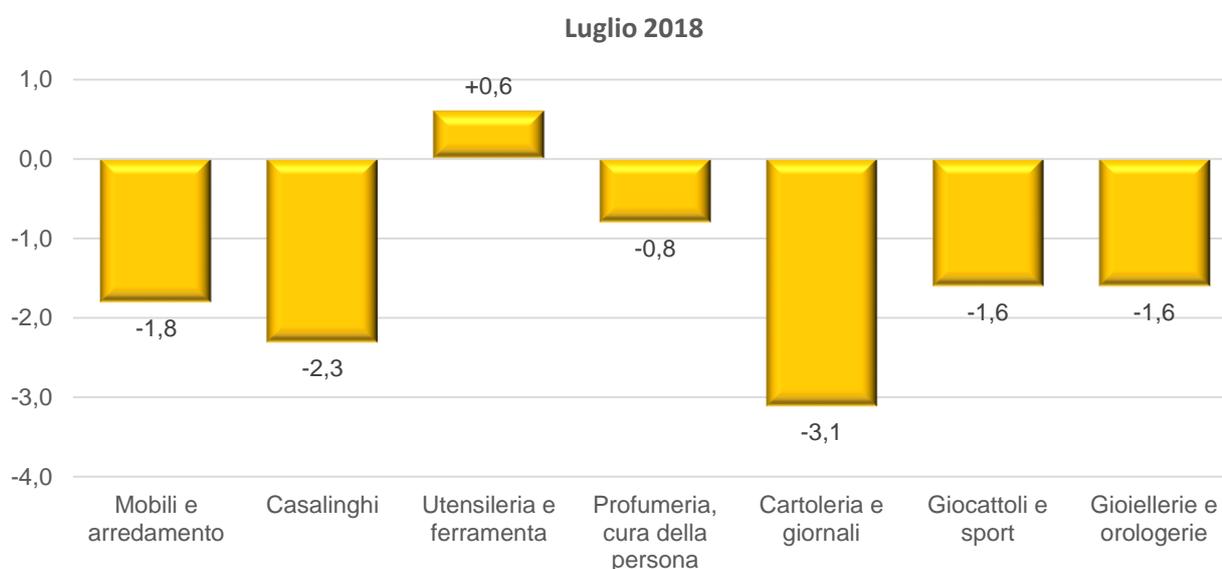


Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Dopo aver registrato a giugno, per la prima volta da inizio anno, un tasso di crescita tendenziale positivo, il valore delle **vendite al dettaglio** dei **prodotti non alimentari** (dato Istat) volge nuovamente al negativo: a **luglio** la variazione su base annua è stata pari a -1,0%. Si tratta dell’*“ennesimo segnale preoccupante sulla crescita del Paese, ancora troppo debole e in rallentamento”* dichiara Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione.

Il calo tendenziale coinvolge gran parte dei settori, con poche eccezioni, tra le quali emerge quella relativa alle vendite di “Elettrodomestici, radio, tv e registratori”, aumentate del 5,1%. In crescita, seppure più contenuta, anche “Dotazioni per l’informatica, telecomunicazioni, telefonia” (+1,5%) e “Utensileria per la casa e ferramenta” (+0,6%).

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



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

APPENDICE

Dettagli del trend per:

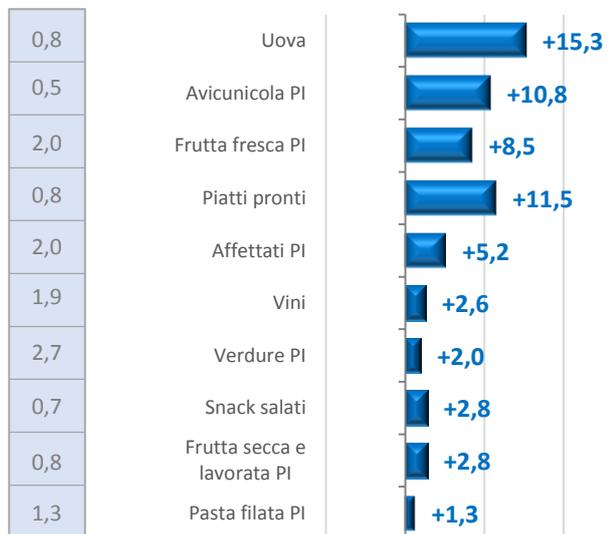
- 1. Famiglie a tot. fatturato**
- 2. Area e Categoria merceologica nel Grocery**
- 3. Area e Comparto Non Food**

1. Famiglie a tot. fatturato

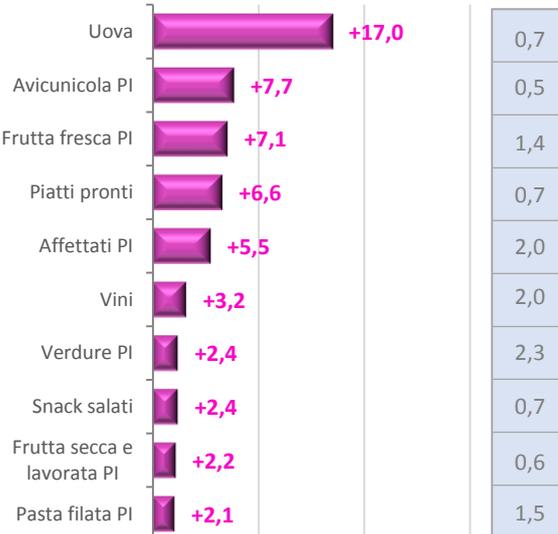
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Agosto 2018



Mese - Agosto 2018

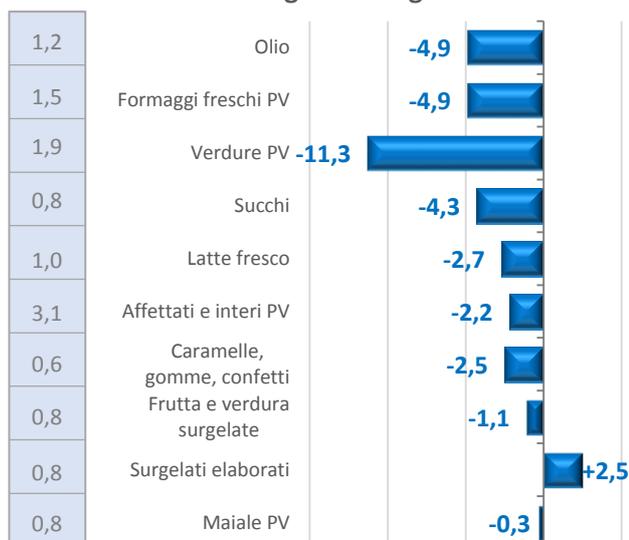


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

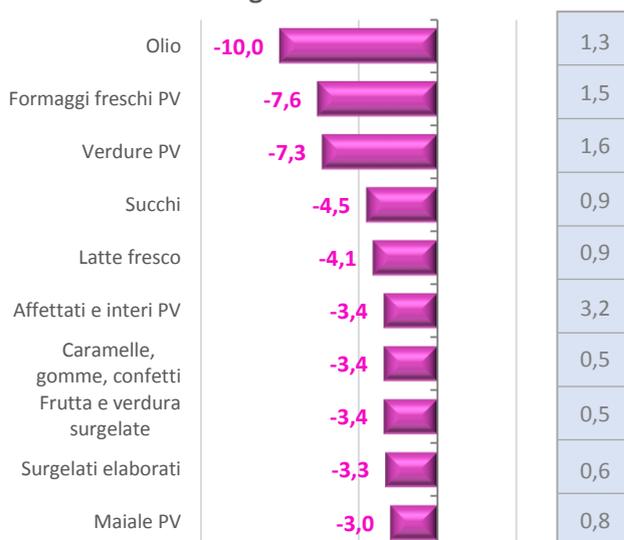
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Agosto 2018



Mese - Agosto 2018



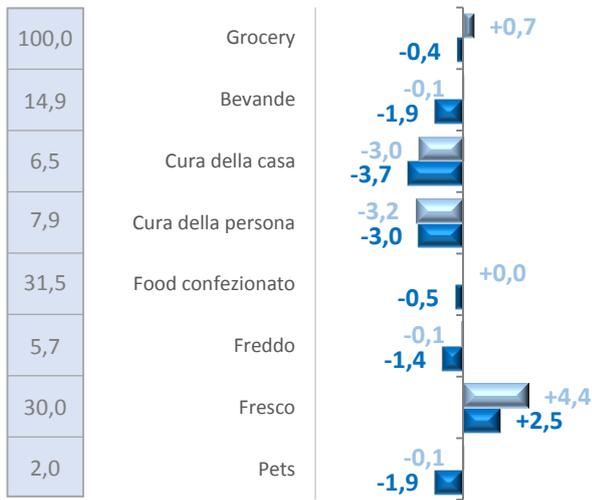
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

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

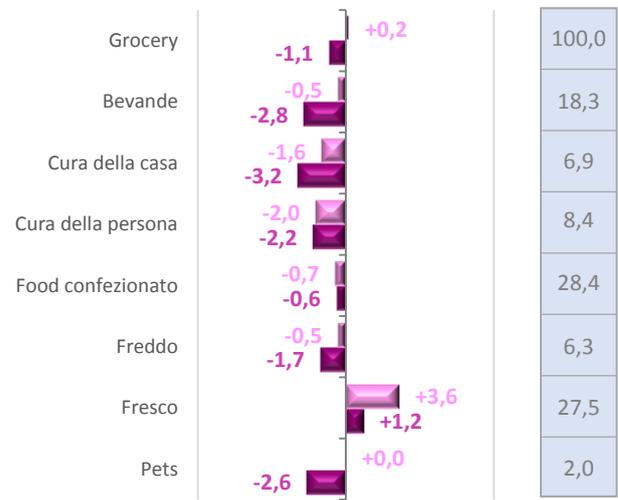
Progressivo Agosto 2018



■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

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

Mese - Agosto 2018

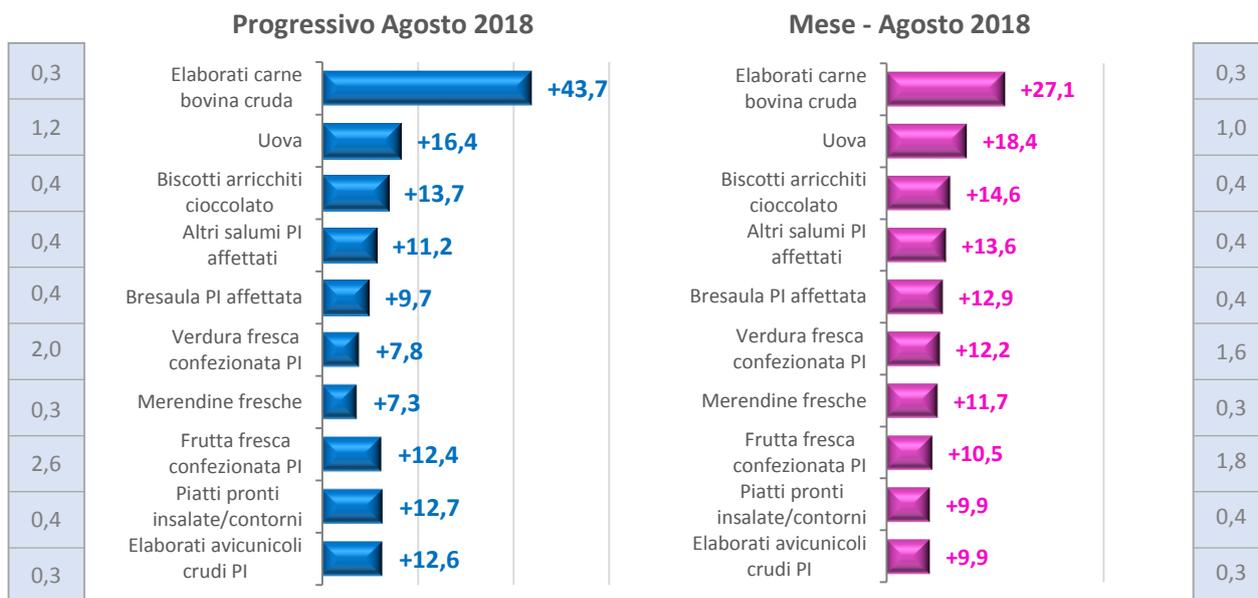


■ Var. Valore ■ Var. Volumi*

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE

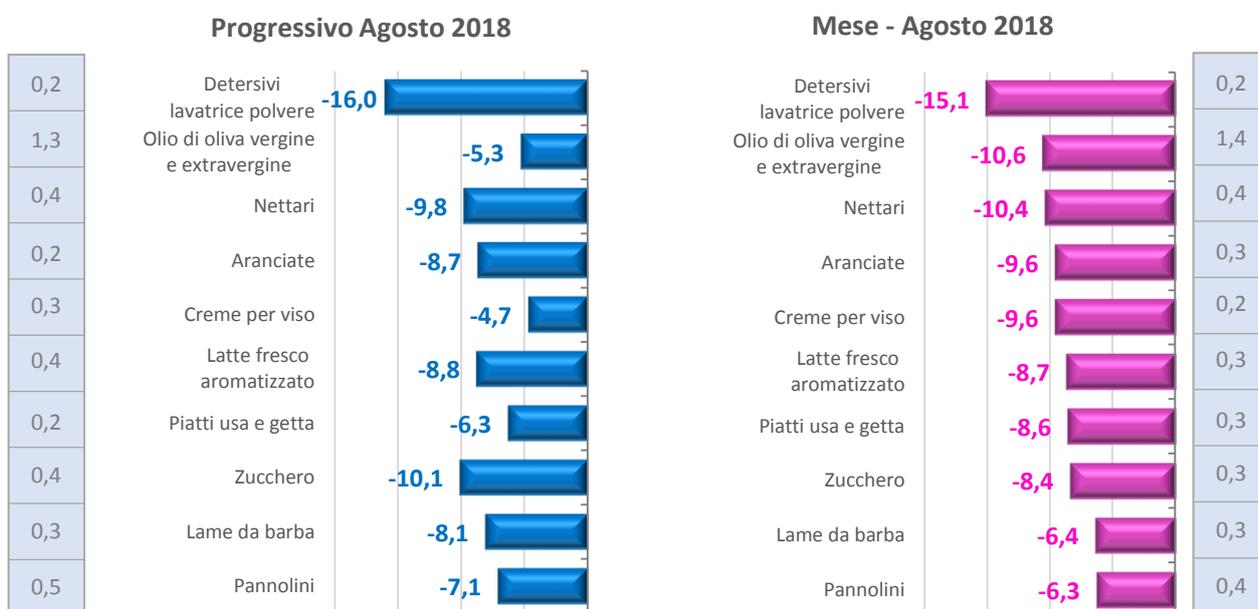
Variation % a rete corrente – Valori vs anno precedente



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

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 $\geq 0,2\%$)

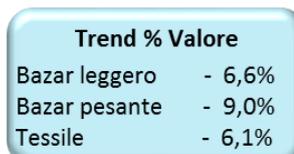
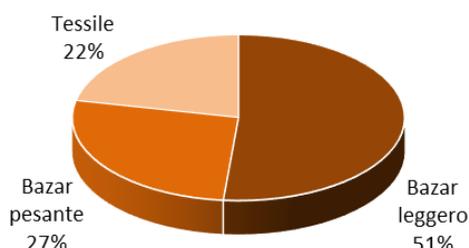
3. Area e Comparto Non Food

ANALISI AREA – COMPARTO - FAMIGLIA

Iper + Super – Periodo: gennaio-agosto 2018*



INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD



	Progressivo Anno Corrente		
	V. Valore in euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	43.379.329.920	-0,2	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	39.546.423.872,0	0,1	91,2
NO FOOD	3.227.684.976,0	-7,2	7,4
BAZAR LEGGERO	1.660.826.780,0	-6,6	3,8
CASALINGHI	457.474.014,0	-5,6	1,1
GIOCHI E TEMPO LIBERO	216.926.851,5	-6,1	0,5
LIBRI E GIORNALI	172.482.224,8	-5,9	0,4
GIARDINAGGIO	221.730.685,0	-8,7	0,5
CANCELLERIA	153.423.849,3	-8,1	0,4
FAI DA TE	161.739.333,5	-7,0	0,4
SPORT E TEMPO LIBERO	137.497.982,5	0,9	0,3
VEICOLI A MOTORE	98.725.759,3	-13,6	0,2
ASCOLTO E VISIONE	17.772.072,0	-24,4	0,0
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	16.191.125,3	21,0	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	6.862.889,8	-15,3	0,0
BAZAR PESANTE	866.299.710,0	-9,0	2,0
TELEFONIA	329.347.026,5	-8,8	0,8
ELETTR.BRUNI	179.550.127,5	-11,2	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	144.837.742,8	-10,7	0,3
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	81.437.412,3	-12,9	0,2
ELETTR.BIANCHI	68.660.470,5	-2,7	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	60.284.598,1	-0,7	0,1
UFFICIO-CASA	1.591.953,2	0,4	0,0
ELETTRONICA	590.378,3	-29,9	0,0
TESSILE	700.558.466,0	-6,1	1,6
ABBIGLIAMENTO	447.194.498,0	-6,7	1,0
TESSILE CASA	149.415.037,3	-2,2	0,3
CALZATURE PELLETERIA	103.948.931,3	-8,9	0,2
ALTRO	605.221.314,0	18,3	1,4

Fonte: Nielsen

*Aggiornato al 26 agosto 2018