
**DISTRIBUZIONE MODERNA
ORGANIZZATA:**

La dinamica del mercato

Ottobre 2018

INDICE

Scenario economico generale	Pag. 3
Il trend della Distribuzione Moderna Organizzata: sintesi	Pag. 14
Le vendite	Pag. 16
I prezzi	Pag. 20
Le promozioni	Pag. 27
Le marche del distributore	Pag. 28
Mercati Non Food	Pag. 29
Appendice Dettagli del trend per comparto, area e categoria merceologica, merceologie non food	Pag. 36

SCENARIO ECONOMICO GENERALE

INDICATORI CONGIUNTURALI

Nell'aggiornare i dati economici del **terzo trimestre**, l'Istat ha ritoccato al ribasso la stima provvisoria del **prodotto interno lordo** che riportava una crescita congiunturale nulla; stante le nuove valutazioni, il PIL – corretto per gli effetti di calendario e destagionalizzato – avrebbe registrato un decremento dello **-0,1%** rispetto al trimestre precedente e un aumento del **+0,7%** rispetto allo stesso trimestre del 2017.

La flessione, che segue una fase di progressivo rallentamento della crescita, è da imputarsi essenzialmente alla contrazione della domanda interna, determinata dal sovrapporsi di una lieve diminuzione dei consumi e un netto calo degli investimenti, mentre l'incremento delle esportazioni, pur contenuto, ha favorito la tenuta della componente estera.

Si tratta del primo calo dell'attività economica dopo un periodo di espansione protrattosi per 14 trimestri. Sebbene non si possa parlare di recessione economica (affinché sia recessione occorre che il PIL decresca per almeno tre trimestri consecutivi) si tratta comunque di una preoccupante battuta d'arresto, sintomo di una crescita che ha perso il suo vigore iniziale.

PIL TRIMESTRALE A VALORI CONCATENATI

Valori destagionalizzati a prezzi costanti in M€ – Anno di riferimento 2010



Nella Nota di aggiornamento al Def, il Governo prevedeva di chiudere l'anno con una crescita del **+1,2%**. Se alla fine di dicembre la spinta economica fosse ben inferiore, ci sarebbero ovviamente ripercussioni anche sull'abbrivio per il 2019, che il Governo punta a chiudere in crescita del **+1,5%**, indicazione già ritenuta decisamente ottimistica da molti osservatori internazionali e domestici.

Lo stesso Istituto di statistica, in audizione sulla Manovra e dopo aver diffuso il dato provvisorio sul PIL del terzo trimestre, sosteneva che per centrare l'obiettivo di crescita al **+1,2%** nel 2018 sarebbe stato necessario un – irrealistico – balzo nel trimestre finale dell'anno di +0,4 punti percentuali. Nelle stime di crescita per il 2018 rilasciate a metà novembre (quindi prima della pubblicazione dei dati definitivi relativi al terzo trimestre) prevedeva una crescita reale di +1,1%.

PIL	3° trimestre 2017	4° trimestre 2017	1° trimestre 2018	2° trimestre 2018	3° trimestre 2018
Var. % reale su scorso anno	+1,7%	+1,6%	+1,4%	+1,2%	+0,7%

Fonte: Istat

La flessione italiana, pur condizionata da molti elementi interni, si inserisce in un quadro internazionale in rallentamento, a partire dall'economia dell'Unione Europea considerata nel suo complesso: nel terzo trimestre, il **prodotto interno lordo** su base annua è cresciuto del **+1,7%** nell'**Eurozona** e del **+1,9%** nell'**Europa a 28** (i tassi di crescita nel trimestre precedente erano rispettivamente pari a +2,2% e +2,1%). Il principale "colpevole" di tale decelerazione è la Germania, che registra un decremento congiunturale del -0,2%: secondo alcuni analisti, la flessione sarebbe conseguenza dei nuovi parametri anti-inquinamento del settore dell'auto e dello scontro commerciale in atto tra gli Stati Uniti e la Cina. Per contro, rimangono brillanti le performance della Spagna – che cresce del +0,6% tra luglio e settembre – e della Gran Bretagna, in procinto di uscire dalla Ue, che registra un +0,6% congiunturale del PIL trimestrale.

La frenata complessiva non esonera comunque il nostro Paese dalle proprie responsabilità: secondo le previsioni della Commissione, l'Italia nel 2018 sarà il paese con il tasso di crescita più basso dell'intera Europa a 28, Regno Unito incluso, e il terzo per tasso di disoccupazione, dietro soltanto a Grecia e Spagna, reduci da crisi economiche molto più pesanti della nostra.

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

Fonte: Istat – Eurostat

P – Provvisorio

Nel **terzo trimestre** di quest'anno la **spesa delle famiglie residenti e delle istituzioni senza scopo di lucro** si è contratta congiunturalmente del **-0,1%**; l'incremento tendenziale registrato è stato pari a **+0,4%**.

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

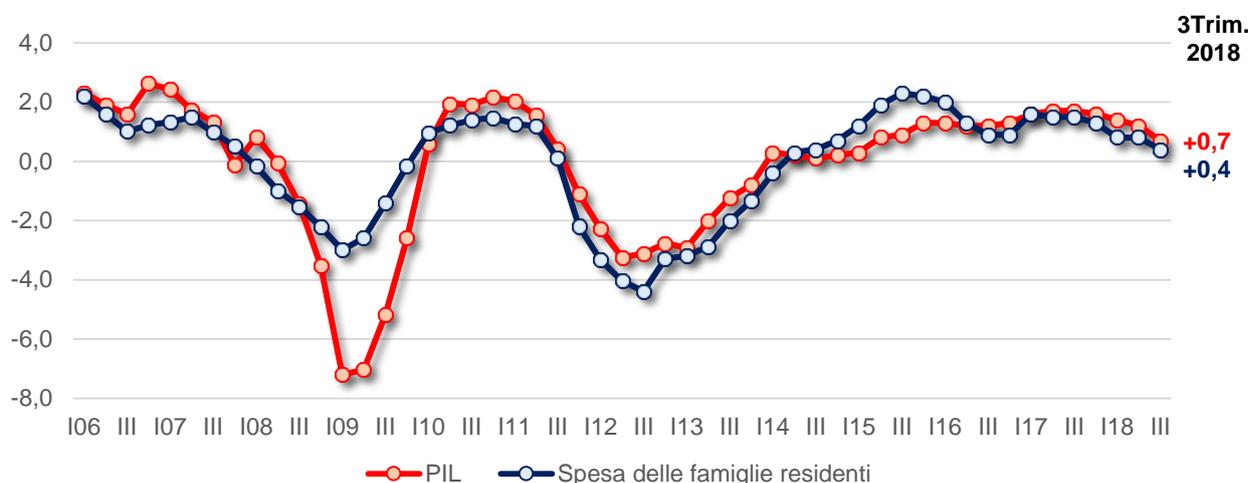
Fonte: Istat

Oramai manifesto è lo scostamento rispetto alle valutazioni del Governo che, appena lo scorso settembre, nel NADEF, prevedeva per il 2018 un incremento del +1,1%: un risultato ormai difficile da raggiungere, con inevitabili ripercussioni anche sulla dinamica attesa per il 2019 (+1,3% stante le valutazioni del Ministero dell'Economia e delle Finanze). L'Istat, nelle stime di crescita per il 2018 rilasciate a metà novembre, quindi prima della pubblicazione dei preoccupanti dati relativi al terzo trimestre, prevedeva un più modesto incremento annuo del +0,9%.

La oramai prolungata stasi dei consumi, frutto di un deciso deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie e di un calo del clima di fiducia dei consumatori, è da ascrivere *in primis* al ridotto contributo dei servizi (conseguenza di un tasso di crescita meno elevato di quello registrato nei trimestri precedenti).

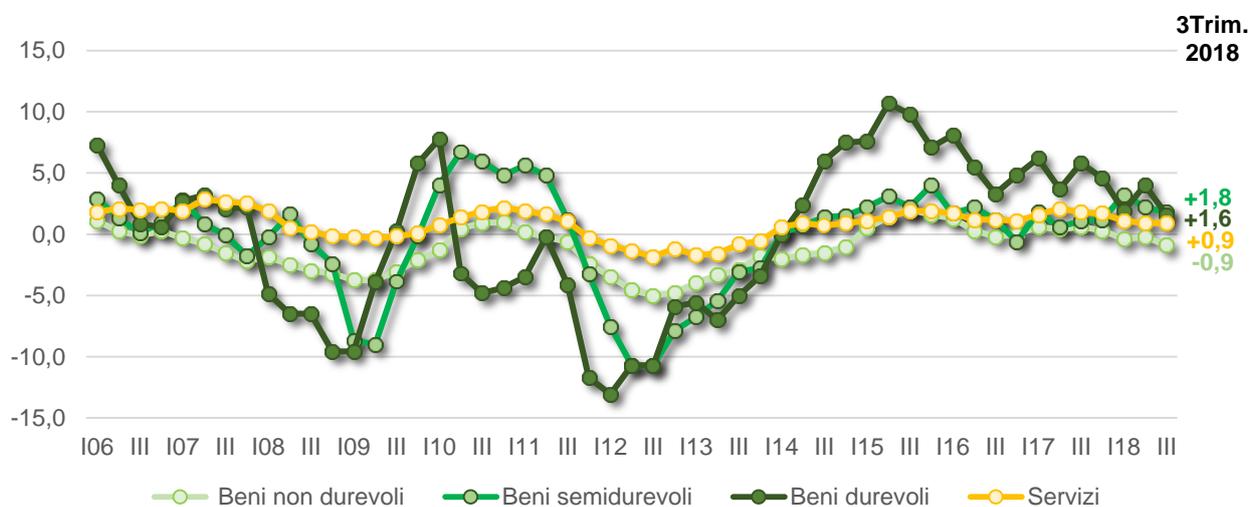
Rispetto al terzo trimestre del 2017, negativo è il contributo dei beni non durevoli mentre positiva ma più contenuta rispetto a prima risulta essere la spinta data dai beni durevoli, la cui ripresa sembra aver oramai perso forza.

PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE Trimestri – Variazioni tendenziali % reali



Fonte: Istat

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



Fonte: Istat

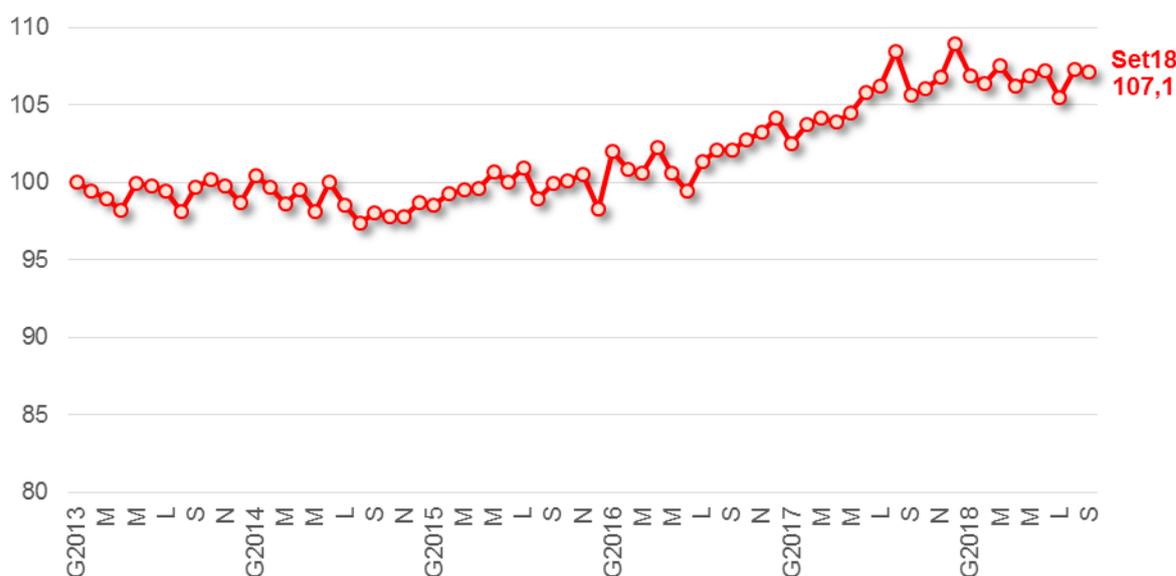
Prosegue la fase di debolezza della **produzione industriale**: la riduzione congiunturale (-0,2%) dell'indice destagionalizzato registrata a **settembre** determina una chiusura del terzo trimestre in lieve contrazione rispetto ai tre mesi precedenti (-0,2%).

Secondo l'Istat, tale flessione è generata dai beni strumentali (-1,6%) e dall'energia (-0,1%) mentre risultano in crescita i comparti dei beni intermedi (+1,1%) e dei beni di consumo (+0,3%).

Torna al contrario ad essere positiva, dopo il calo dei due mesi precedenti, la variazione tendenziale dell'indice mensile corretto per gli effetti di calendario (+1,3%; l'indice grezzo, che risente di un giorno lavorativo in meno, è invece pari a -1,8%). I settori di attività economica che registrano la maggiore crescita tendenziale sono la "Fornitura di energia elettrica, gas, vapore ed aria" (+7,0%), la "Produzione di prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici" (+5,1%) e la "Fabbricazione di macchinari e attrezzature n.c.a." (+4,5%). Le maggiori flessioni si rilevano invece nell' "Attività estrattiva" (-11,2%), nella "Fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati" (-4,7%) e nell' "Industria del legno, della carta e stampa" (-2,7%).

Nella media dei primi nove mesi dell'anno la produzione è cresciuta del +1,7% rispetto all'anno precedente.

INDICE PRODUZIONE INDUSTRIALE Valori destagionalizzati – 2015=100



Su base annua, il deterioramento è determinato da una flessione tendenziale dell'**esportazioni** (-2,8%), da ascriversi esclusivamente all'area extra Ue (-7,1%, +0,4% al contrario la variazione nell'area Ue), a fronte di una crescita vivace dell'**import** (+5,7%) trainata dal forte incremento degli acquisti dai paesi extra Ue (+17,6%). La correzione per gli effetti di calendario porta la variazione dell'export a +1,6% e quella dell'import a +9,0%.

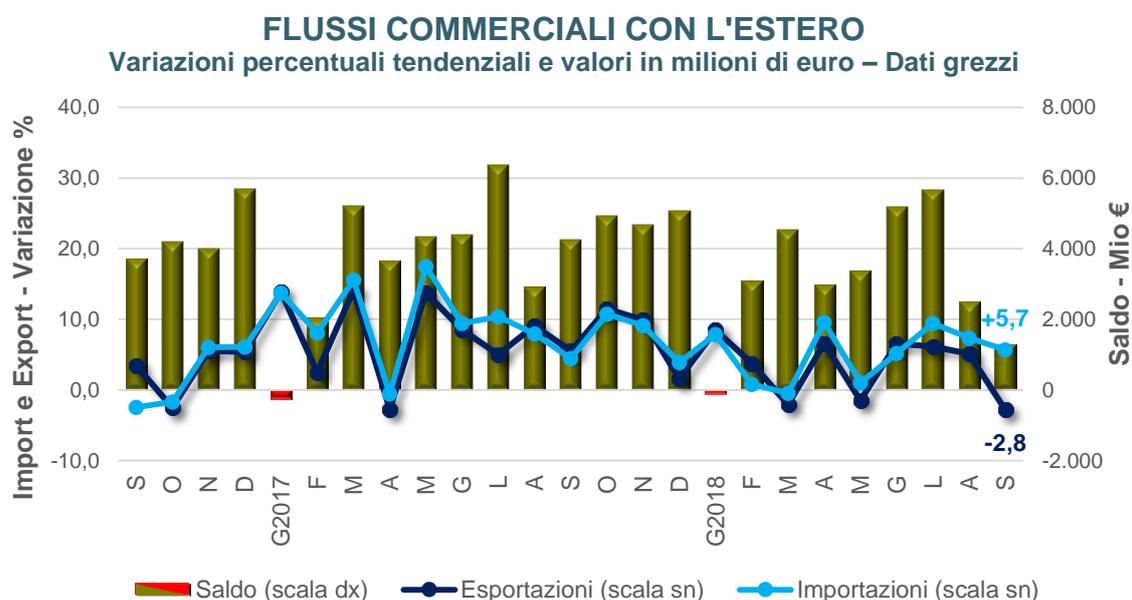
Tra i settori che contribuiscono in misura più rilevante alla diminuzione tendenziale delle esportazioni nel mese di settembre, si segnalano i "Mezzi di trasporto, autoveicoli esclusi" (-13,1%), i "Macchinari e apparecchi n.c.a." (-3,2%), i "Prodotti alimentari, bevande e tabacco" (-4,3%), gli "Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici" (-5,4%) e gli "Apparecchi elettrici" (-4,8%). In crescita, su base annua, le vendite estere di "Prodotti petroliferi raffinati" (+6,0%) e di "Computer, apparecchi elettronici e ottici" (+4,4%).

Per ciò che concerne la dinamica geografica, i paesi che contribuiscono maggiormente al calo sono gli Stati Uniti (-8,6%), la Turchia (-31,0%), la Russia (-24,7%), la Cina (-17,2%) e i paesi dell'OPEC (-11,2%). Nello specifico, la flessione dell'export è spiegata per 1,6 punti percentuali dal calo delle vendite di mezzi di trasporto – autoveicoli esclusi – verso gli Stati Uniti, di autoveicoli verso la Cina e di articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici verso gli Stati Uniti. La crescita delle vendite di articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici verso i Paesi Bassi e di autoveicoli verso Stati Uniti e Germania contrastano al contempo il calo per 0,6 p.p.

Di contro, la crescita delle importazioni è trainata dagli acquisti di prodotti energetici dall'area non euro: nello specifico, gli acquisti di petrolio greggio dai paesi OPEC e gas naturale dalla Russia e dagli stessi paesi OPEC spiegano per 2,4 punti percentuali l'incremento dell'import, a sua volta contrastato per 0,9 p.p. dalle importazioni di petrolio greggio dalla Russia e di autoveicoli dalla Germania. Al netto dell'energia, la crescita tendenziale è di poco inferiore a un punto percentuale.

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

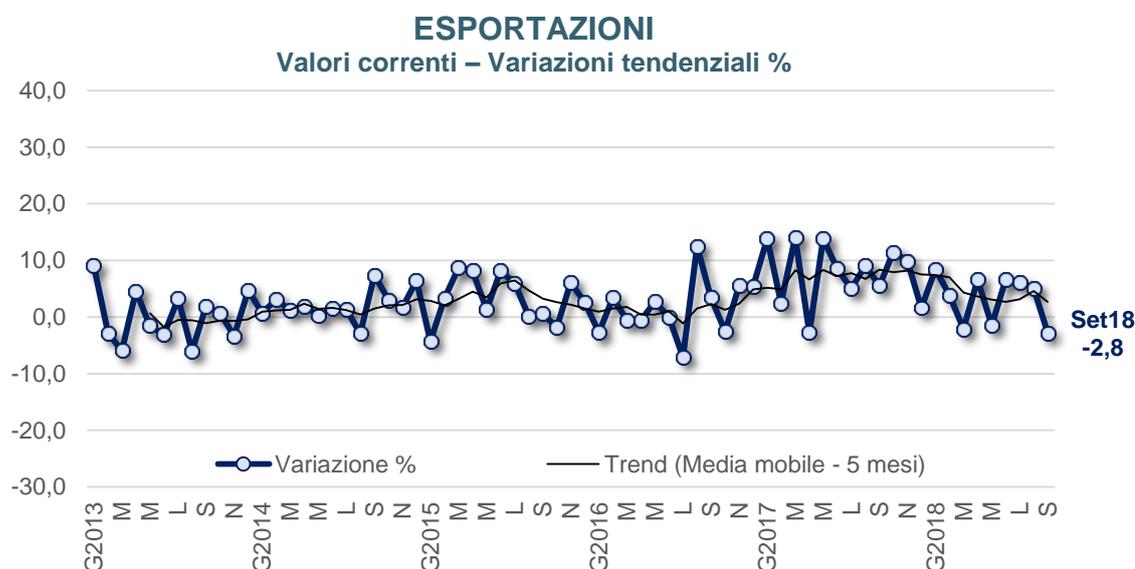
Fonte: Istat



Fonte: Istat

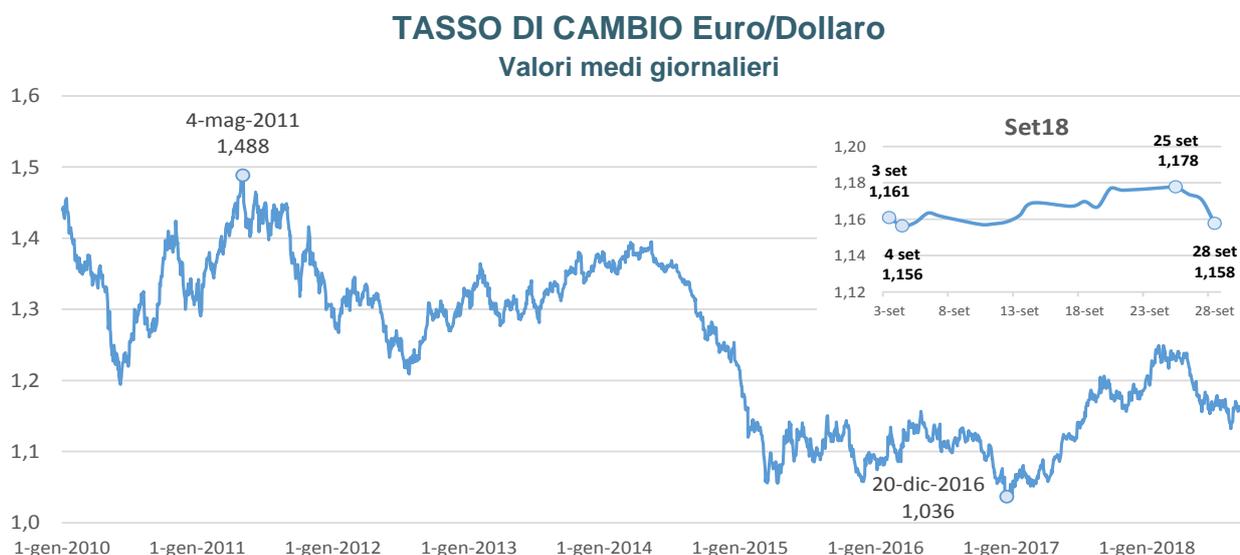
Nel periodo **gennaio-settembre 2018**, la crescita tendenziale dell'**export** è pari a **+3,1%** ed è sospinta dai “Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti” (+5,9%), dai “Mezzi di trasporto, autoveicoli esclusi” (+7,8%), dagli “Apparecchi elettrici” (+3,9%) e dagli “Articoli in pelle, escluso abbigliamento e simili” (+3,5%). Nel medesimo periodo, le **importazioni** sono aumentate del **+5,0%**.

Nei primi nove mesi dell'anno l'**avanzo commerciale** raggiunge **+28.482 milioni** (+58.422 milioni al netto dei prodotti energetici).



Fonte: Istat

A **settembre**, il **cambio euro-dollaro** ha mostrato una dinamica crescente per quasi tutto il periodo considerato, salvo riportare un'importante flessione negli ultimi giorni. Dopo aver registrato il minimo relativo già il secondo giorno “utile” del mese (il 4 settembre, 1,156), l'indice ha iniziato gradualmente a salire fino al 25, toccando quota 1,178; nei due giorni successivi ha però perso quasi l'intero incremento conquistato, riportandosi a 1,158. Il cambio medio è risultato pari a **1,166**, decisamente inferiore al cambio medio dell'anno (1,194).



Fonte: Banca d'Italia

Probabile conseguenza di un'economia in frenata, dopo le buone performance di inizio anno il **mercato del lavoro** inizia ora a mostrare segnali di debolezza. A fronte infatti di un **numero di occupati** sostanzialmente stabile, cresce per il secondo mese di seguito il **tasso di disoccupazione** (pari a ottobre a **+10,6%**, +0,2% rispetto al mese precedente); in crescita seppur lievemente anche quello della **disoccupazione giovanile (+32,5%**, con un incremento del +0,1% rispetto a settembre).

Dopo il calo di settembre, a **ottobre** il **numero di occupati** è rimasto sostanzialmente stabile (+9 mila unità), con un tasso di occupazione fermo a **58,7%**. Dopo sette mesi di crescita ininterrotta, risultano in calo i dipendenti a tempo determinato (-13 mila); in flessione anche i lavoratori autonomi (-16 mila). Nuovamente in aumento al contrario gli occupati con un contratto a tempo indeterminato (+37 mila), frutto anche di un incremento della trasformazione di "precari di lungo corso". Ricordiamo al proposito che ottobre era l'ultimo mese della fase transitoria del decreto dignità, in cui le aziende potevano prorogare i contratti a termine in essere con le regole in vigore fino all'introduzione del decreto; dal 1° novembre il contratto a termine può essere prorogato per un massimo di 12 mesi, oltre questo periodo deve essere prevista una causale che motivi il rinnovo.

Dopo la diminuzione registrata nei mesi estivi di luglio e agosto, il **tasso di disoccupazione** è risultato in salita per il secondo mese di seguito, in controtendenza rispetto all'area Euro dove è rimasto stabile all'8,1%. Il dato dei senza lavoro di **ottobre** sconta il contestuale calo degli inattivi, per lo più donne che hanno deciso di rimettersi in attiva ricerca di un'occupazione.

Per i giovani, la situazione si conferma particolarmente sfavorevole: il **tasso di disoccupazione** degli under 25 si è attestato al **+32,5%**, dato che ci colloca in terz'ultima posizione in Europa (peggio di noi solo Spagna – 34,9% – e Grecia – 36,8%, dato di agosto) e ben lontani dalla capolista, la Germania, stabile a 6,2% grazie anche al sistema di formazione duale.

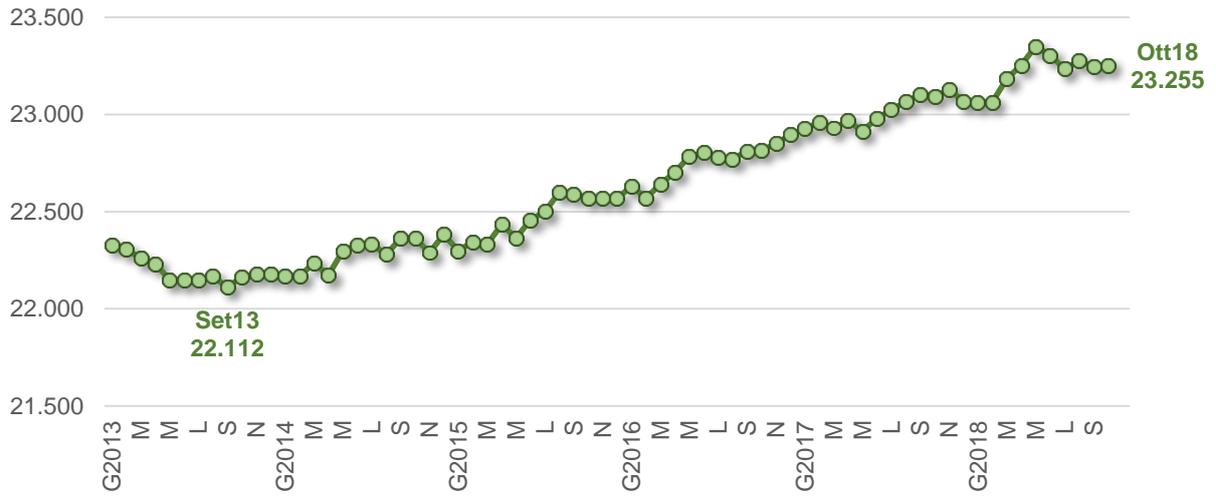
Sull'anno, la fotografia del mercato del lavoro resta in chiaro-scuro: l'**occupazione** è cresciuta di 159 mila unità (+0,7%), interamente a termine (+296 mila, -140 mila al contrario i dipendenti permanenti) e legata agli over 50. Nei dodici mesi, si stima un calo dei disoccupati (-4,1%, pari a -118 mila unità) e degli inattivi tra i 15 e i 64 anni (-1,1%, -143 mila).

TASSO DI DISOCCUPAZIONE
Dati destagionalizzati – % della Forza Lavoro



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI Dati destagionalizzati – Migliaia



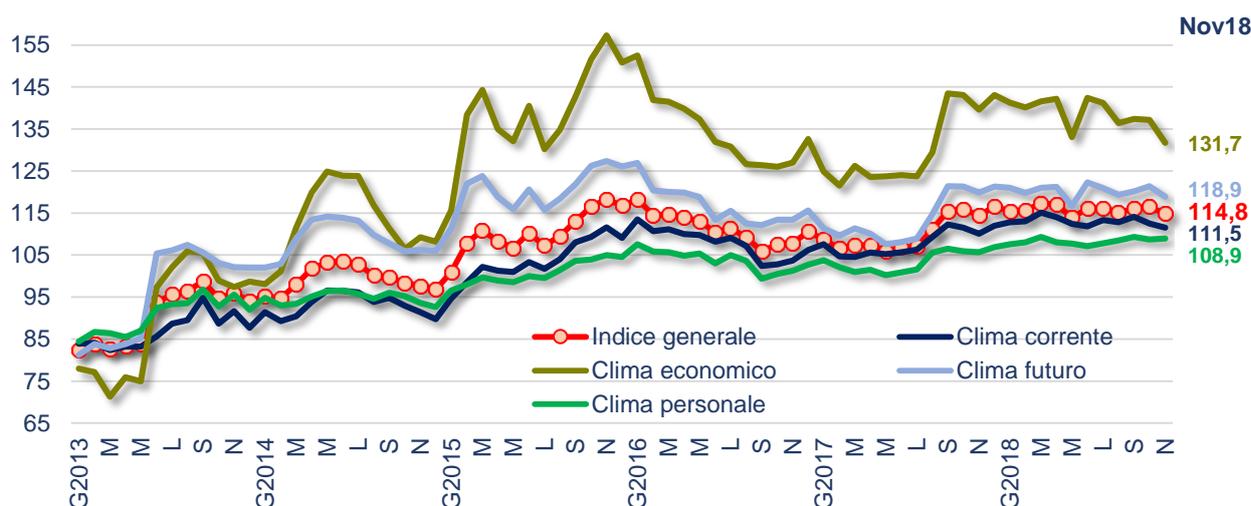
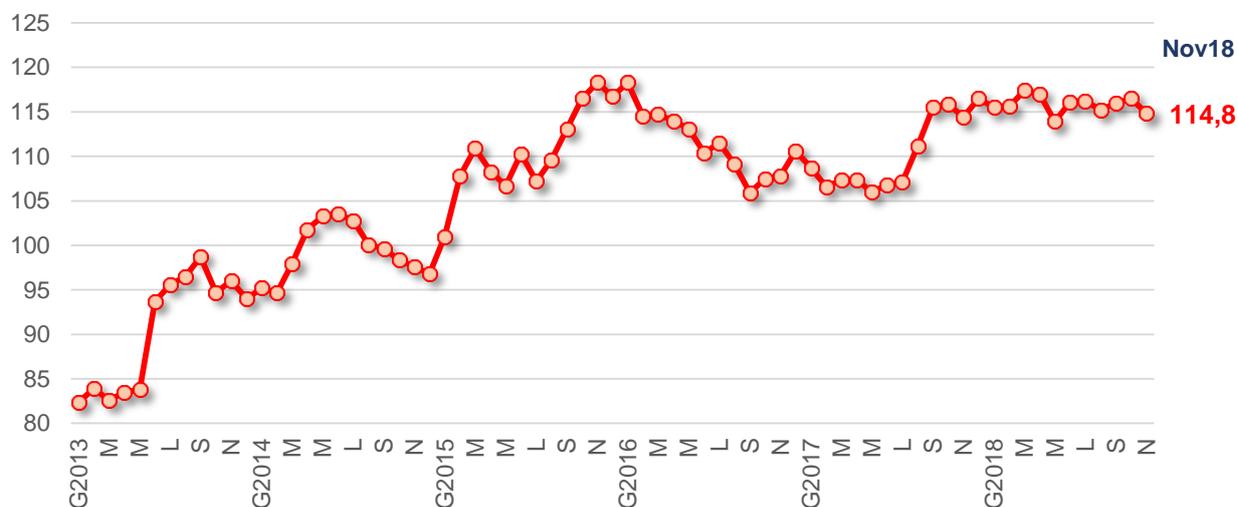
Fonte: Istat



Pur riflettendo un quadro complessivamente stabile, il **clima di fiducia dei consumatori** presenta a **novembre 2018** una dinamica negativa: scende infatti da 116,5 a 114,8 punti.

CLIMA DI FIDUCIA DELLE FAMIGLIE

Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



Fonte: Istat

L'istituto di statistica registra un calo, seppur di diversa intensità, per quasi tutte le componenti di cui l'indice si compone, ad eccezione del clima personale per il quale si rileva un lieve aumento (da 108,7 a 108,9); si deteriora il clima economico, che passa da 137,2 a 131,7, il clima corrente che scende da 112,5 a 111,5 e il clima futuro, in discesa da 121,4 a 118,9.

Il decremento generale è determinato principalmente dal deterioramento sia dei giudizi che delle aspettative sulla situazione economica dell'Italia (probabile effetto delle incertezze sulla manovra e della diatriba con l'Unione Europea) nonché da un marcato peggioramento delle attese sulla disoccupazione.

Il **clima di fiducia delle imprese** risulta in flessione per il quinto mese consecutivo: dopo la crescita registrata nella seconda metà del 2017, l'indice è entrato in una fase di stasi nel primo semestre del 2018 e a luglio ha quindi cominciato a calare, arrivando a **novembre** a quota **101,1** (ai livelli di dicembre 2016). Sintomo indiretto di tale deterioramento è il rilevato calo degli investimenti nel terzo trimestre del 2018, segnale infatti di incertezza e pessimismo.

L'indice di fiducia registra una dinamica negativa – di intensità diversa – in quasi tutti i settori (nel manifatturiero passa da 104,9 a 104,4, nelle costruzioni da 138,9 a 132,5 e nei servizi da 103,6 a 101,8); costituisce un'eccezione al generalizzato trend decrescente l'indicatore relativo al commercio al dettaglio, che sale da 101,6 a 102,0.

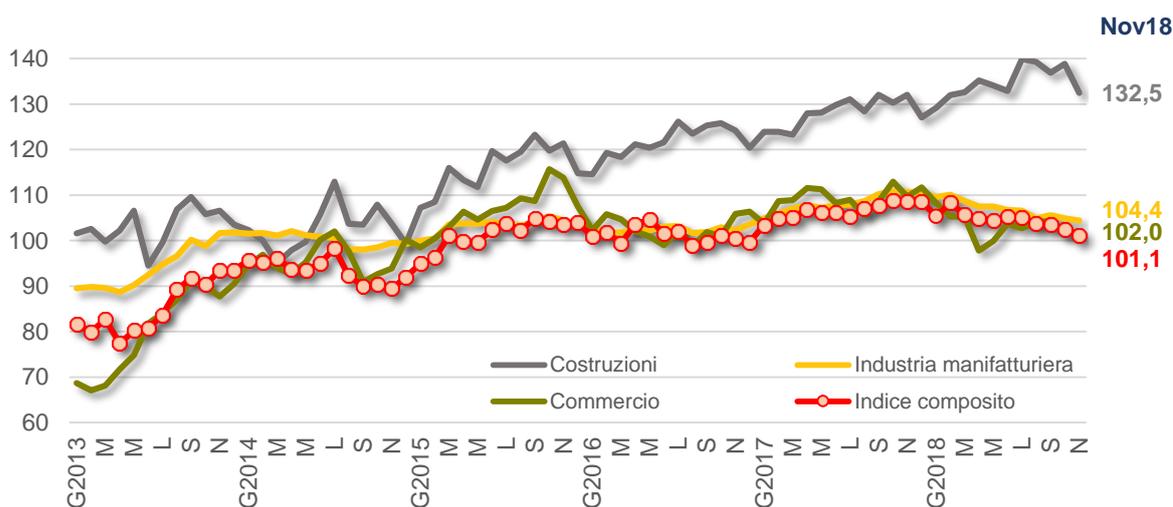
Nel **comparto manifatturiero**, ove la flessione risulta più contenuta rispetto agli altri due settori in calo, si rileva un peggioramento delle attese sulla produzione; i giudizi sul livello della domanda e il saldo delle scorte di magazzino rimangono sostanzialmente stabili rispetto allo scorso mese.

Nel settore delle **costruzioni**, si registra un peggioramento sia dei giudizi sugli ordini sia delle aspettative sull'occupazione.

Per quanto riguarda il **settore dei servizi**, tutte le componenti mostrano un andamento decrescente: si segnala in particolare il deterioramento dei giudizi sull'andamento degli affari e la contrazione sia dei giudizi sia delle attese sugli ordini.

Nel **commercio al dettaglio**, l'aumento dell'indice è dovuto principalmente al miglioramento dei giudizi sulle vendite e a una marcata contrazione del saldo relativo alle scorte di magazzino; in diminuzione, al contrario, le aspettative sulle vendite future.

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



Fonte: Istat

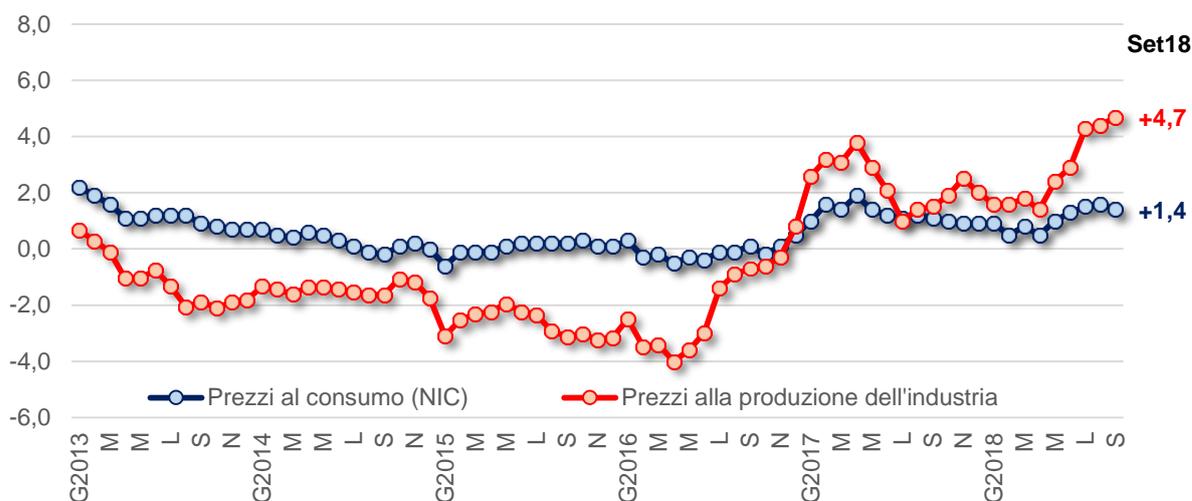
A **settembre**, l'indice dei **prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC)** registra una moderata decelerazione: si osserva infatti una lieve limatura verso il basso del tasso di crescita annuo registrato nel mese precedente (da +1,6% a **+1,4%**).

Il rallentamento dell'inflazione è da imputarsi principalmente alla dinamica dei prezzi dei beni alimentari sia lavorati (la cui crescita in termini tendenziali passa da +1,9% a +1,2%) che non lavorati (da +3,1% a +2,4%), alla quale si aggiunge quella dei prezzi dei servizi relativi ai trasporti (da +2,8% di agosto a +2,5%). In lieve rallentamento anche i prezzi dei beni energetici non regolamentati (da +9,5% del mese precedente a +9,3%), i cui aumenti proseguono tuttavia a ritmi sostenuti.

In decelerazione anche l' "inflazione di fondo", al netto degli energetici e degli alimentari freschi, e quella al netto dei soli beni energetici (rispettivamente da +0,8% a +0,7% e da +1,1% a +0,9%).

L'Istat stima per il mese di **settembre** un aumento congiunturale dell'**indice dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali** del **+0,4%**. Su base annua, l'indice è cresciuto del **+4,7%**, spinti dalle dinamiche positive dell'energia e dei beni intermedi. La crescita tendenziale è più intensa sul mercato interno (la più alta da novembre 2011) sebbene, al netto del comparto energetico, l'aumento sia in linea con quelli delle aree di esportazione euro e non-euro.

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO Variazioni % tendenziali



Fonte: Istat

IL TREND DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ORGANIZZATA: SINTESI

- Dopo aver registrato trend negativi nei quattro mesi precedenti, con l'arrivo dell'autunno il **fatturato** complessivo di **ipermercati e supermercati** torna a crescere: a **ottobre** si rileva un aumento pari a **+0,7%**.
- La dinamica positiva è da ascrivere esclusivamente alla performance di iper+super 400-4499 (+1,4%) dal momento che permane al contrario ancora negativa l'evoluzione di fatturato degli ipermercati di dimensioni superiori (-1,6%).
- Mentre risultano pressoché stabili l'Area 1 e l'Area 3 (il cui tasso di incremento è stato rispettivamente pari a -0,1% e +0,1%), brillante appare il risultato dell'Area 4 (+2,2%); positivo – sebbene meno vivace – anche la variazione registrata dall'Area 2 (+1,4%). A progressivo, solo quest'ultima mostra vendite a valore in aumento (+1,6%).
- A totale negozio, il valore delle vendite del LCC cresce a **ottobre** del +1,2%, quello del Fresco rimane sostanzialmente stabile (-0,2%) mentre continua il declino delle vendite del reparto No Food (-3,8%).
- Nei primi **dieci mesi dell'anno**, il fatturato di ipermercati e supermercati risulta in lieve contrazione (**-0,4%**), conseguenza di un calo del -3,1% delle vendite a valore dei grandi ipermercati e di un rialzo del +0,5% di quelle degli store di dimensioni inferiori.
- L'analisi **a rete costante** conferma le più volte rilevate difficoltà delle grandi dimensioni (-1,6%) e il buon risultato dei discount (+1,2%); lievemente positiva risulta essere la variazione tendenziale registrata dagli ipermercati e supermercati con superficie inferiore ai 4500 mq (+0,3%) mentre negativa quella del libero servizio (-0,4%).
- Tra i gruppi distributivi, 10 su 18 hanno riportato un segno positivo sul mese; solo 7 a progressivo.
- Allargando l'orizzonte al totale **grocery**, a **ottobre** la crescita del fatturato è risultata pari a +2,6% a valore e a +2,3% a volume. Tra gli store format, significativi continuano a essere gli incrementi tendenziali registrati dagli specialisti drug (+5,6% a valore, +4,6% in quantità) e dai discount (+4,9% a fatturato); positiva anche la dinamica di ipermercati e supermercati 400-4499 (+3,2%) mentre ancora in calo risulta il libero servizio (-1,6%). Gli ipermercati di grandi dimensioni riportano un dato in crescita a valore (+0,2%) ma in calo a volume (-0,4%).
- L'indicatore dei prezzi del "**carrello della spesa**" registra una brusca battuta d'arresto: dopo aver registrato negli ultimi sei mesi aumenti tendenziali superiori all'1% (con un picco del +2,1% a maggio), a **ottobre** la crescita si arresta improvvisamente (+0,0%). La perdita della forza inflattiva accomuna le **referenze a peso variabile** ai prodotti di **Largo Consumo Confezionato** posto che le rispettive dinamiche si erano già parzialmente allineate il mese scorso.
- A **ottobre** 2018, la **pressione promozionale** complessiva registrata nei punti vendita della GDO (ipermercati e supermercati), pari al **31,4%**, risulta in aumento sia sul mese precedente (+0,5 p.p.) che sul medesimo mese dell'anno scorso (+0,4 p.p.). In merito a quest'ultimo dato, si tratta della prima variazione positiva dopo più di un anno di calo. L'incremento è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (+0,7 p.p.) che nei punti di vendita con superficie inferiore (+0,4 p.p.).

- A **ottobre** la **Marca del Distributore** incrementa ulteriormente la sua quota, registrando il valore massimo dell'anno (uguagliando quello di gennaio, pari a 19,5%), con un incremento di +0,3 punti percentuali rispetto al medesimo mese dell'anno scorso; nello stesso arco di tempo, la marca Leader di mercato ha registrato un incremento di 2 decimi di punto percentuale mentre i Follower perdono -0,9 p.p.; in aumento le Altre Marche (ora a quota 34,4%). A **progressivo**, la **Marca del Distributore** conferma la quota del 19,3% già rilevata negli ultimi due mesi.
- 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%).

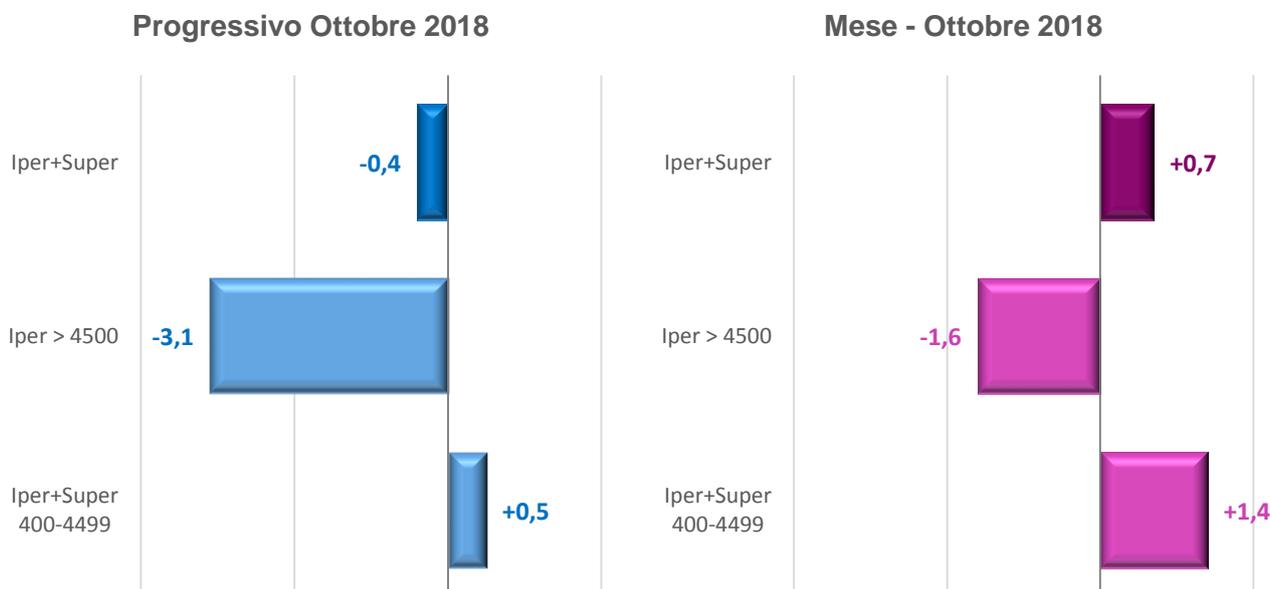
Tale discrasia tra quantità e fatturato è da imputarsi principalmente al comparto afferente la **telefonia** che – come nei bimestri precedenti – rileva un'evoluzione di fatturato positiva (+6,6%) ma volumi che permangono negativi (-3,6%).

- 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.
- Ancora altalenante l'andamento delle **vendite al dettaglio dei prodotti non alimentari**: dopo la buona performance di agosto (+2,4%), a **settembre** la variazione tendenziale è stata pari a -3,1%. Unica vera eccezione al decremento generale è rappresentata dagli "Elettrodomestici, radio, tv e registratori" che registrano nel mese una crescita su base annua del +2,1%. A parte la categoria delle "Gioiellerie e orologerie" (di fatto stabile, +0,1%), in calo – talvolta anche netto – tutti gli altri comparti.



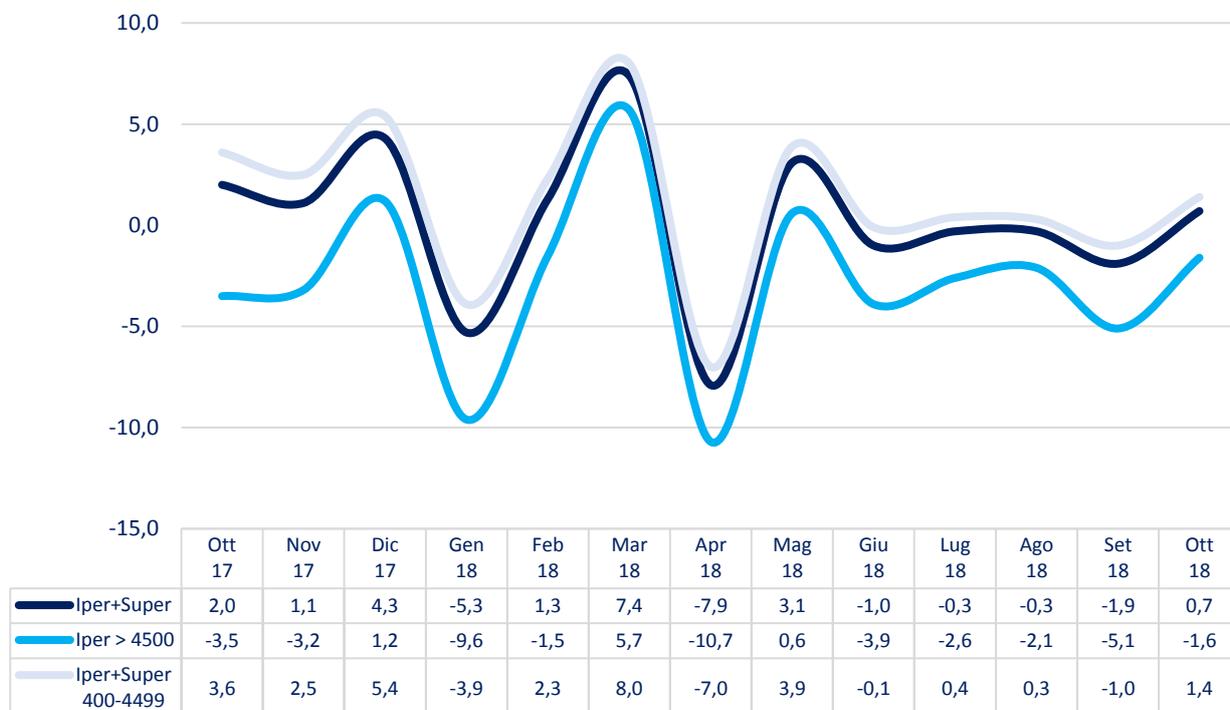
LE VENDITE

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



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

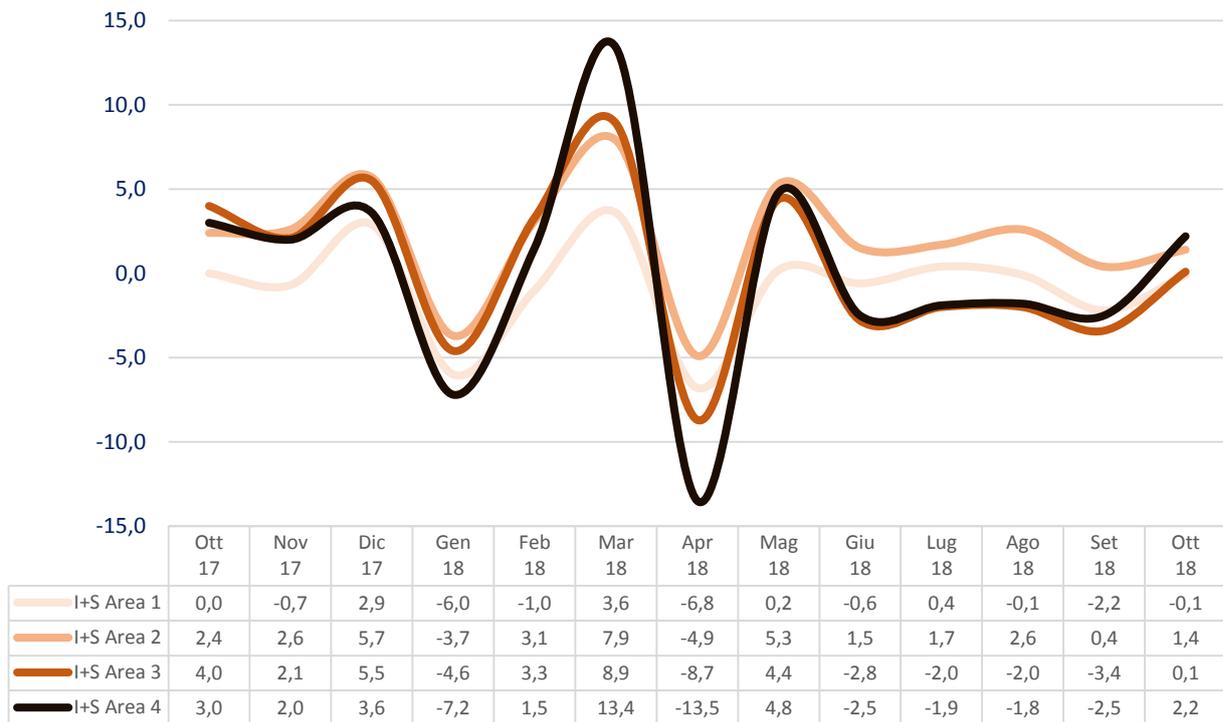
I TREND – TOTALE FATTURATO Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

I TREND – TOTALE FATTURATO

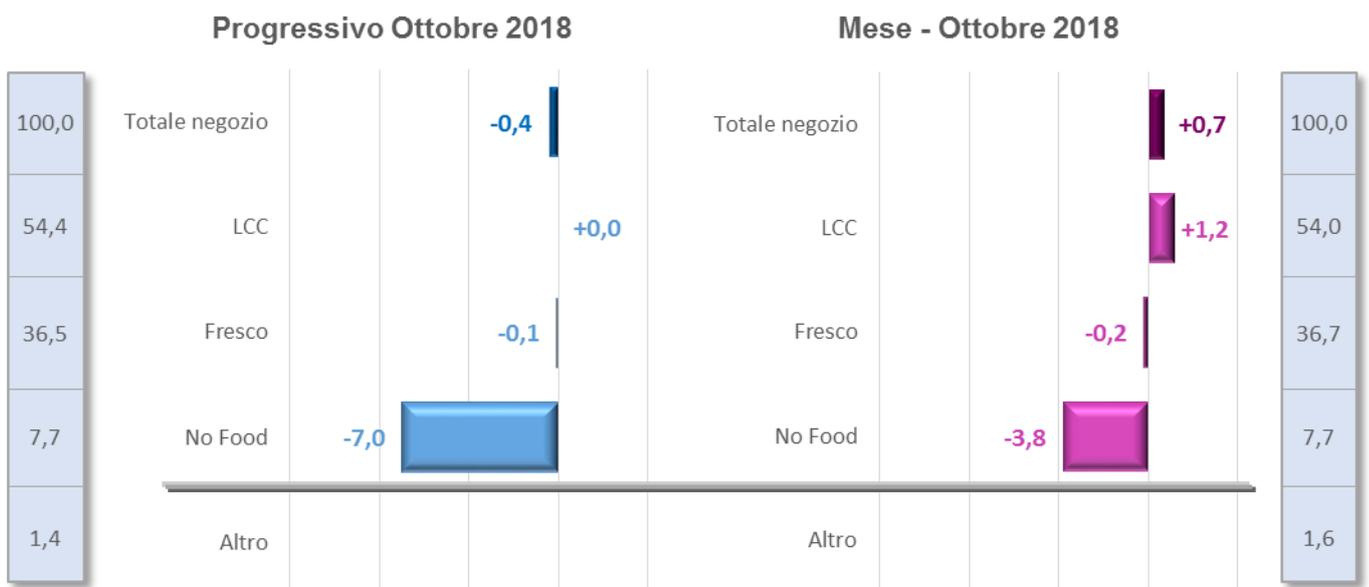
Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

INCIDENZA E TREND PER AREA MERCEOLOGICA – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente



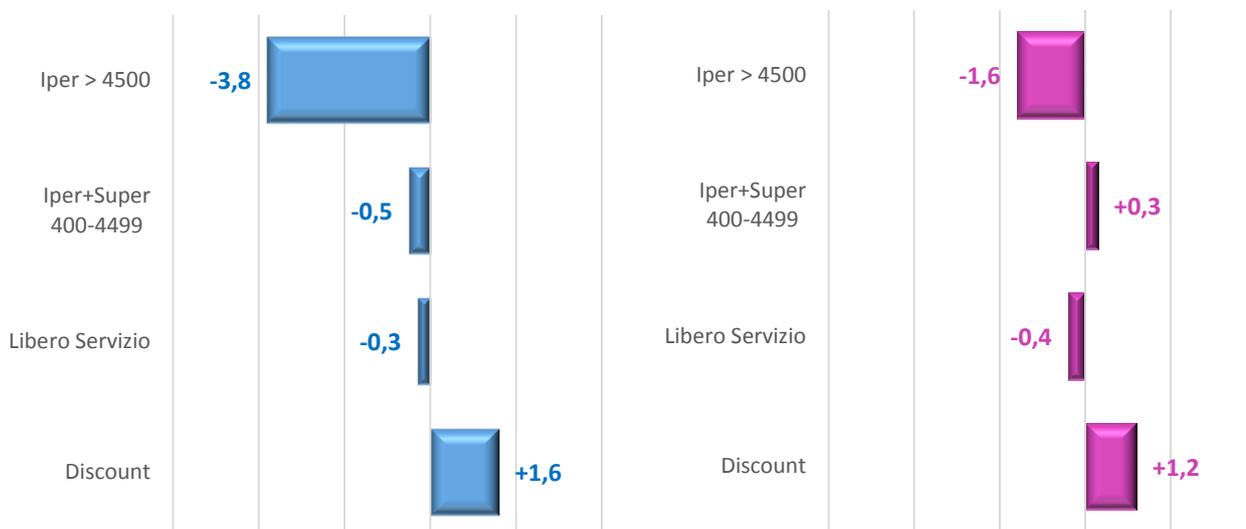
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper + Super

TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante

Progressivo Ottobre 2018

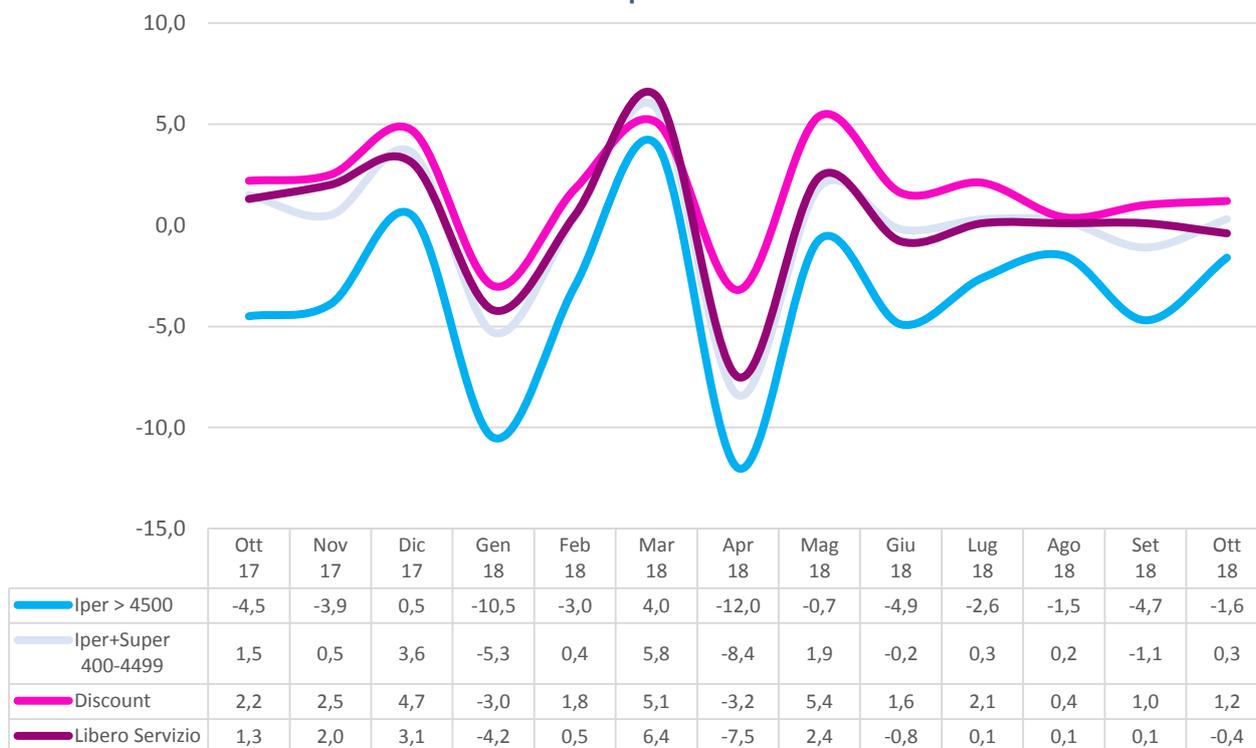
Mese - Ottobre 2018



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND A PARITÀ – TOTALE FATTURATO

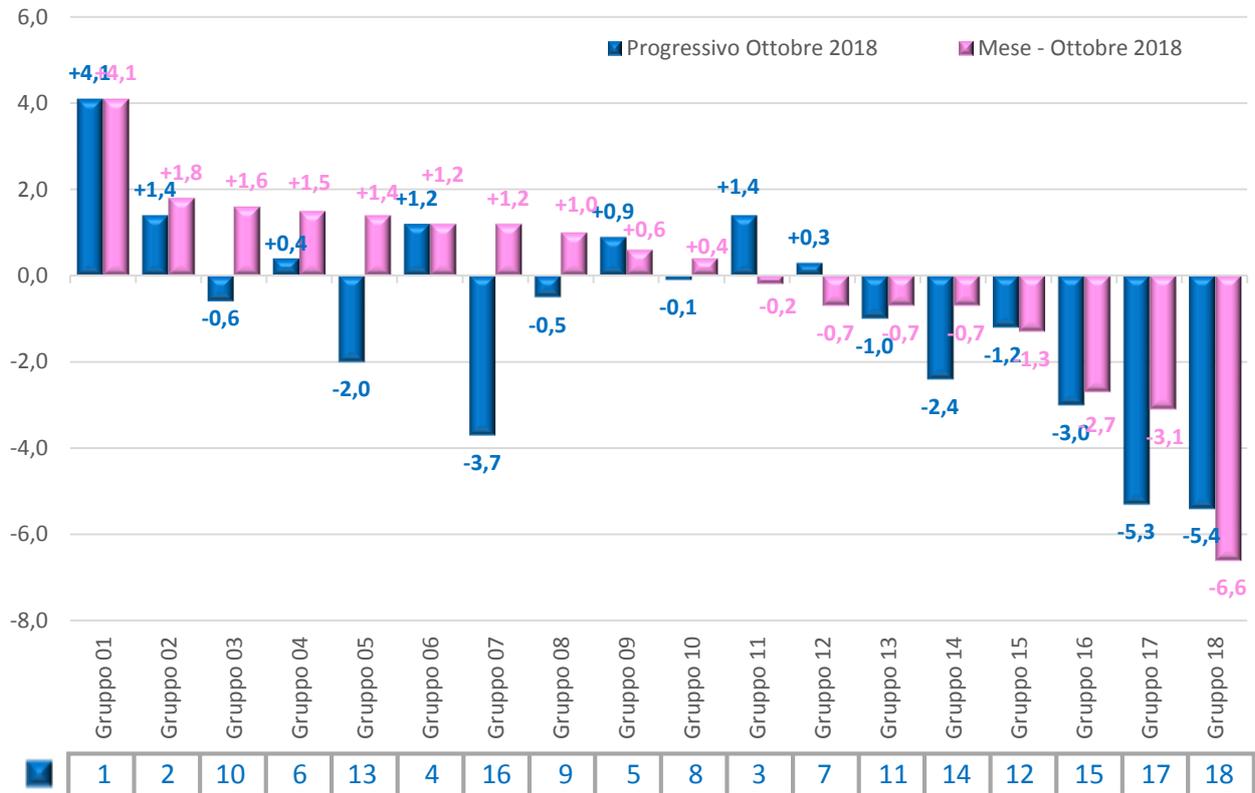
Variazioni a valore vs anno precedente a rete costante



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

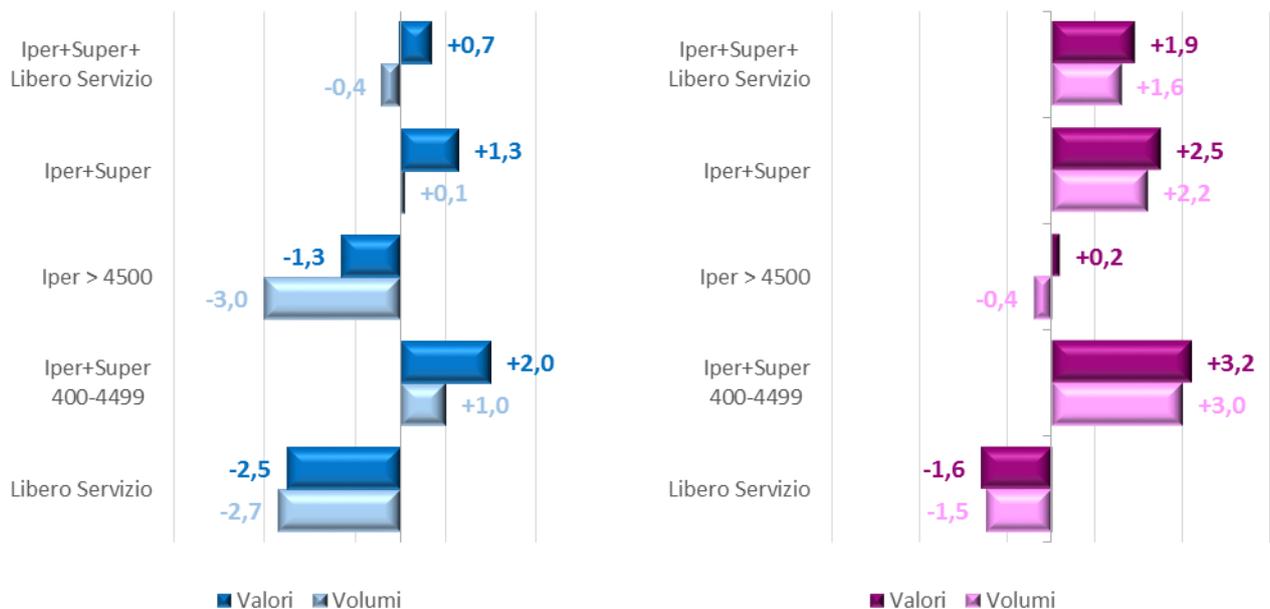
Posizione a progressivo

I TREND – TOTALE GROCERY – DISTRIBUZIONE MODERNA

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

Progressivo Ottobre 2018

Mese - Ottobre 2018



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Market Track

*Trend Vendite a prezzi costanti

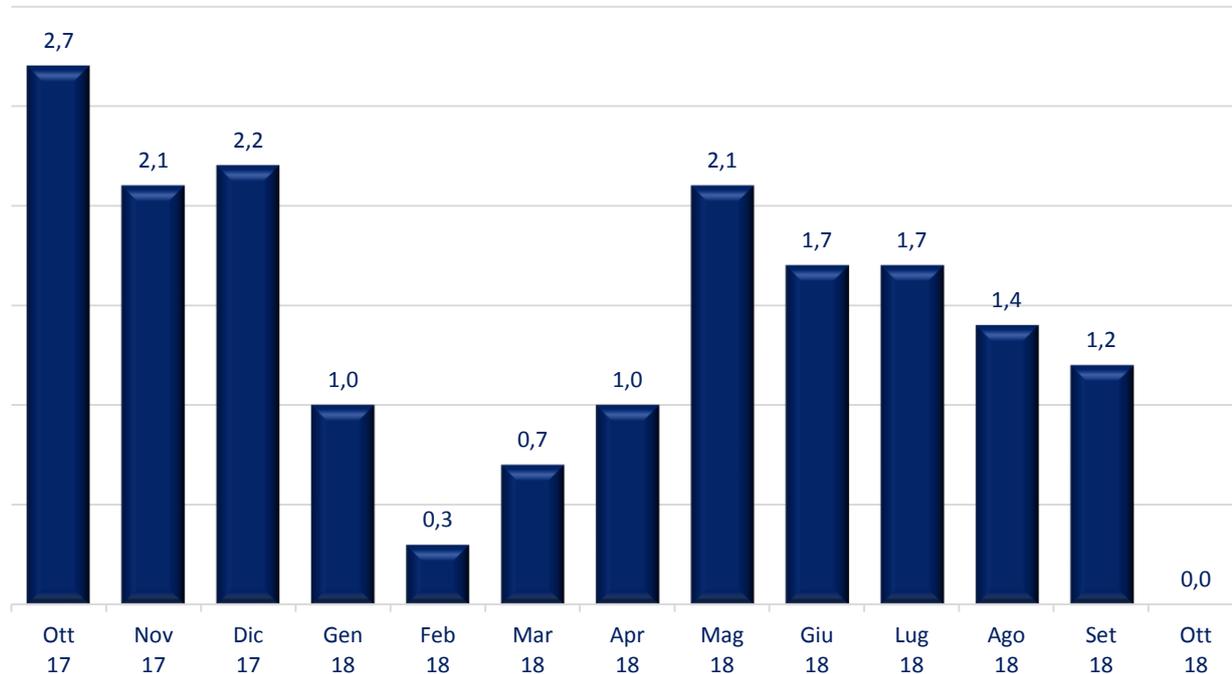
I PREZZI

L'indicatore dei prezzi del "**carrello della spesa**" registra una brusca battuta d'arresto: dopo aver registrato negli ultimi sei mesi aumenti tendenziali superiori all'1% (con un picco del +2,1% a maggio), a ottobre la crescita si arresta improvvisamente (+0,0%). La perdita della forza inflattiva accomuna le **referenze a peso variabile** ai **prodotti di Largo Consumo Confezionato**, posto che le rispettive dinamiche si erano già parzialmente allineate il mese scorso.

La scomposizione dell'andamento dei prezzi delle **referenze a peso variabile** nelle variazioni dei rispettivi comparti permette di rilevare una decelerazione della pressione inflattiva generalizzata a tutte le classi di prodotto con variazione dei prezzi positiva (carni, salumi e formaggi) e un ulteriore peggioramento del tasso di decrescita per quelle che al contrario hanno registrato un tasso negativo. Quale unica eccezione, il comparto ittico che riduce – sebbene di poco – la tendenza deflattiva mostrata negli ultimi tre mesi.

Metà delle categorie di cui il **Largo Consumo Confezionato** si compone (le bevande, il petfood/petcare, il freddo e i prodotti per la cura della casa) mostrano prezzi ancora in aumento, sebbene con tassi decisamente più attenuati; delle restanti quattro, due (il fresco e l'ortofrutta) registrano una forza inflattiva pressoché nulla mentre le rimanenti (la drogheria alimentare e le referenze per la cura della casa) hanno invertito il segno e riportano ora prezzi in decremento.

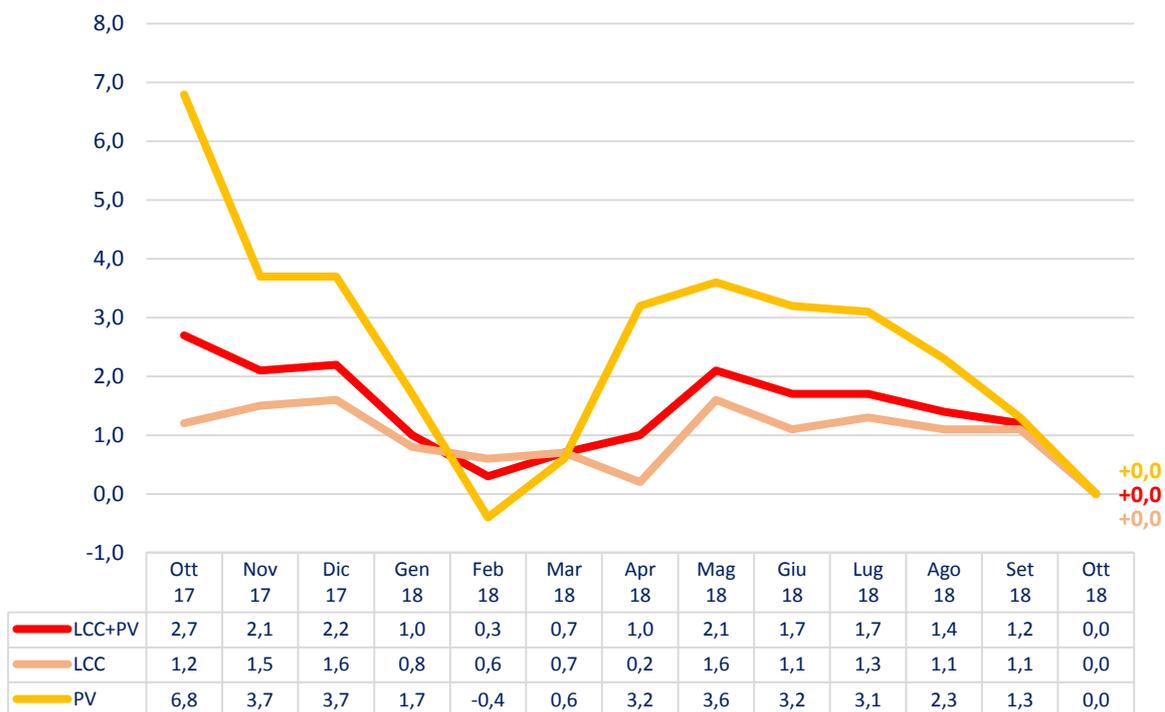
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

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



Fonte: IRI Infoscan

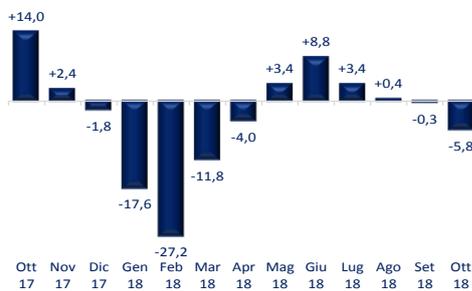
Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati

ORTOFRUTTA PV



VERDURA PV



FRUTTA PV



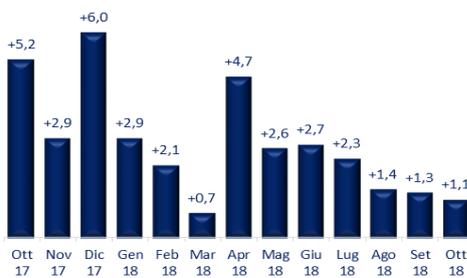
CARNE PV



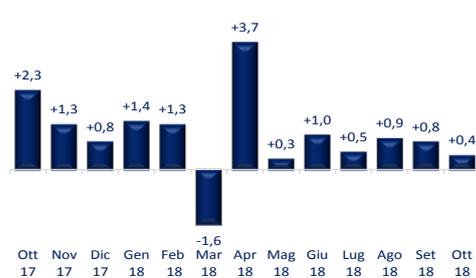
PESCE PV



SALUMI PV



FORMAGGI PV



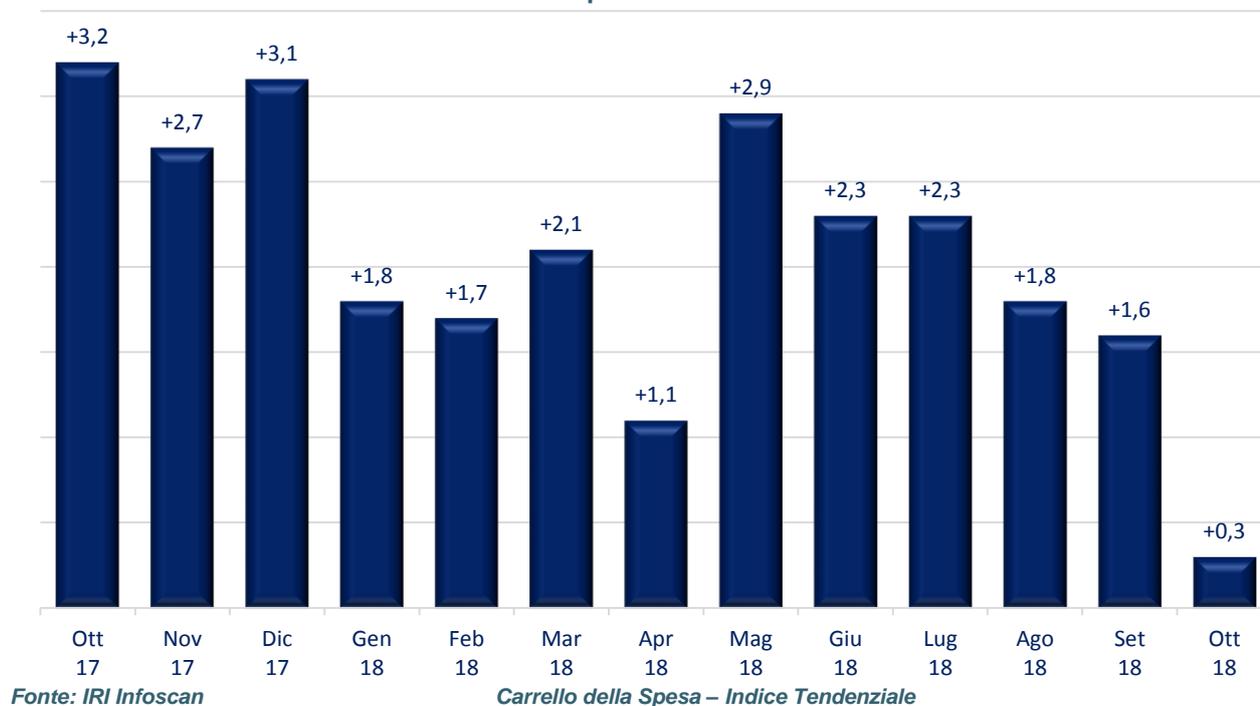
Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

Analizzando nel dettaglio le dinamiche delle diverse forme distributive, si riporta un lieve incremento del costo del carrello della spesa negli **ipermercati (+0,3%)**. Analogamente a quanto rilevato a totale iper+super, in forte decelerazione rispetto al mese precedente sia la spinta inflattiva dei prodotti di Largo Consumo Confezionato (da +1,6% a +0,2%) che quella delle referenze a peso variabile (da +1,5% a +0,5%).

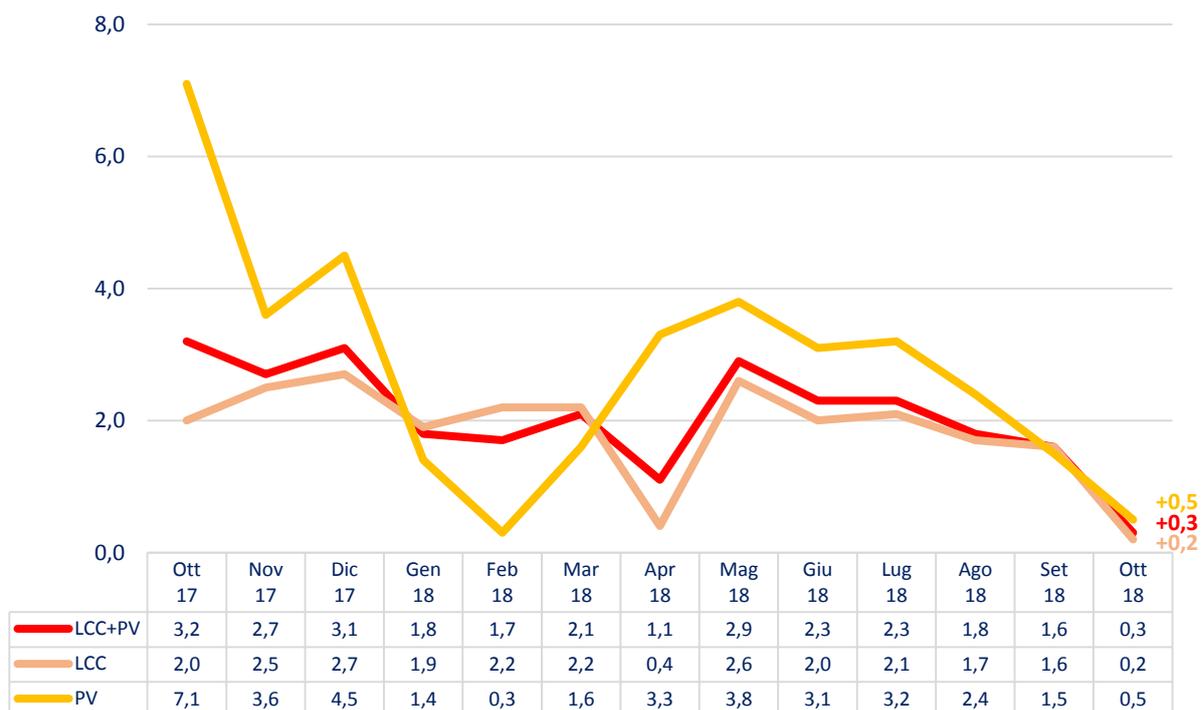
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati



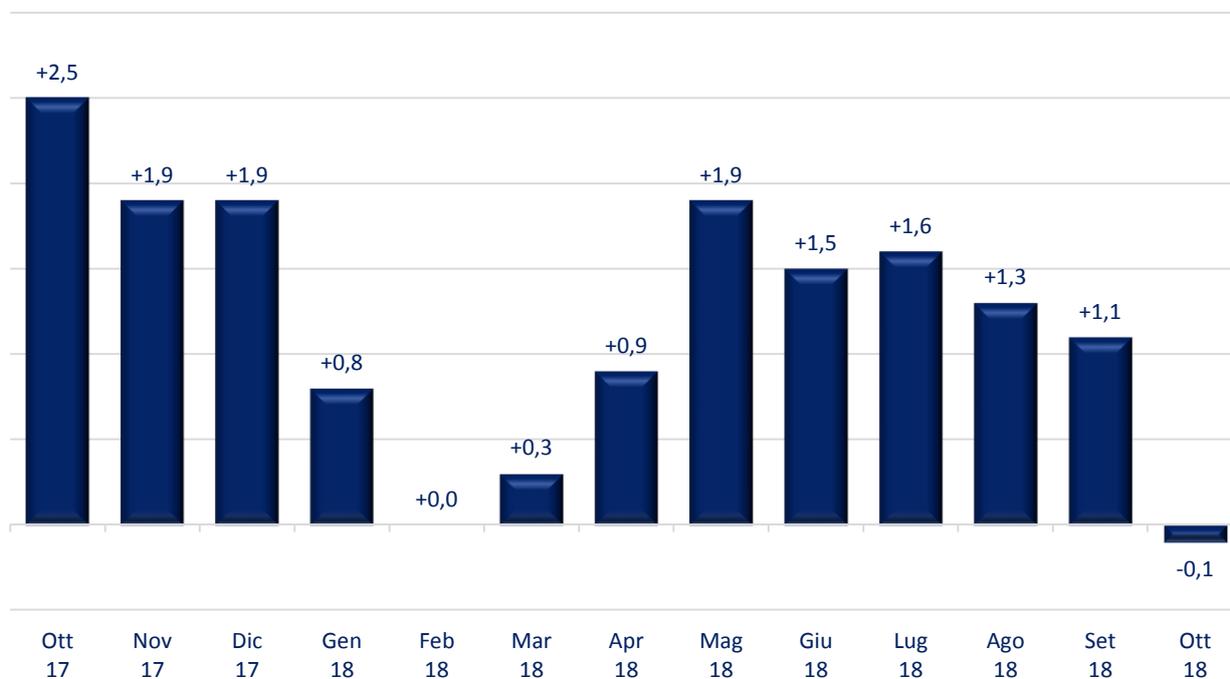
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE

Ipermercati



Negativa (-0,1%) la variazione dei prezzi del carrello registrata a **ottobre** nei **supermercati**. Come a totale iper+super, anche in questo caso le dinamiche del LCC e delle referenze a peso variabile appaiono allineate.

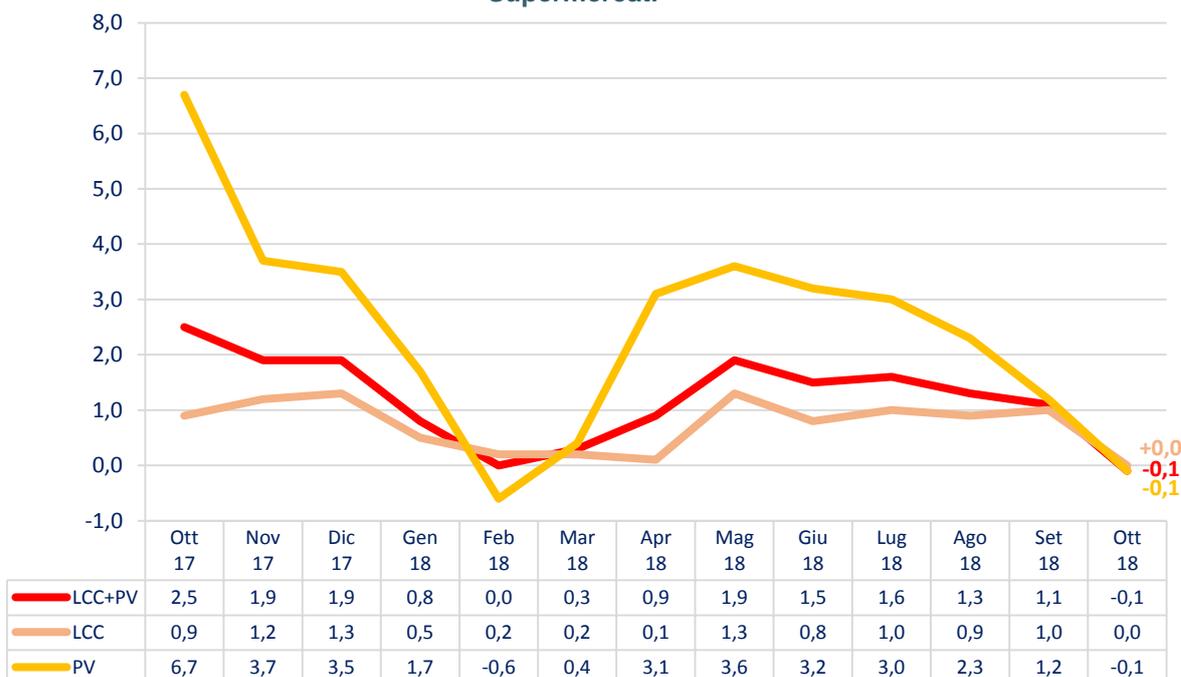
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE Supermercati



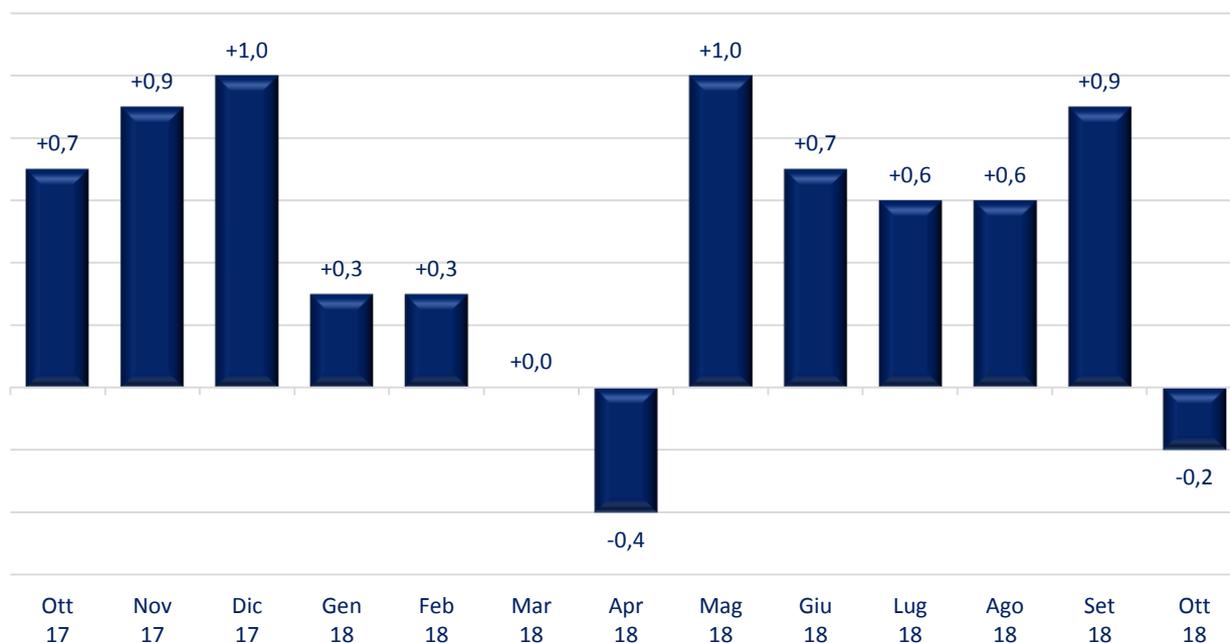
Fonte: IRI Infoscán

Carrello della Spesa – Indice Tendenziale

La variazione dei prezzi registrata a **ottobre** dai prodotti di Largo Consumo Confezionato in ipermercati, supermercati e superette **a parità assortimentale** risulta negativa e pari a **-0,2%** (versus +0,9 registrato a settembre): un valore di poco inferiore a quello osservato nel medesimo mese per il carrello della spesa (0,0%, Superette escluse).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Ipermercati + Supermercati + Superette



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

Tale dinamica generale è determinata da differenti andamenti dei prezzi nelle varie categorie: mentre le bevande mostrano aumenti ancora ragguardevoli (+1,5%), la drogheria alimentare e i prodotti per la cura della persona registrano non irrilevanti decrementi di valore del rispettivo carrello (-1,1%). Le altre classi di prodotto riportano variazioni tra questi due estremi.

VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA

Ipermercati + Supermercati

LCC – Comparti (ottobre 2018 vs ottobre 2017)

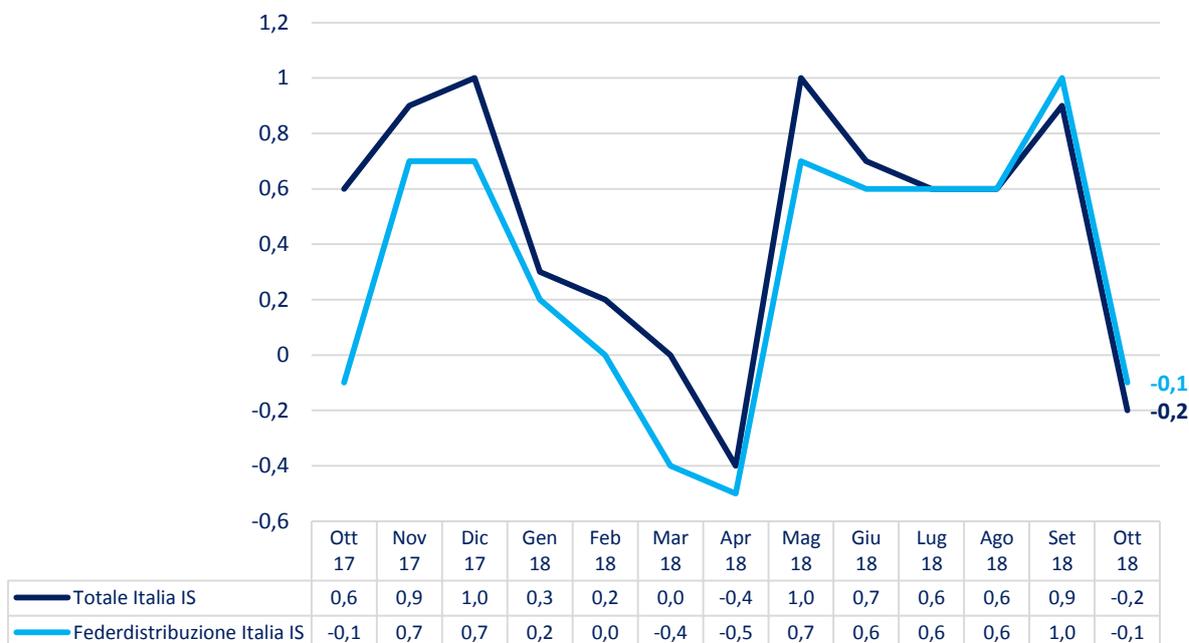
Bevande	+1,5%
Cura casa	+0,4%
Freddo	+0,2%
Fresco	+0,1%
Ortofrutta	-0,1%
Petfood + Petcare	-0,4%
Drogheria alimentare	-1,1%
Cura persona	-1,1%

Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

Continuando l'analisi sui prodotti di LCC a **parità assortimentale** in ipermercati e supermercati, a **ottobre** si ripropone il quadro già rilevato il mese scorso con una dinamica dei prezzi registrata presso le aziende associate a Federdistribuzione (-0,1%) meno negativa di quella rilevata nella totalità di ipermercati e supermercati (-0,2%).

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Fonte: IRI Infoscan

Osservatorio Prezzi – Indice Tendenziale

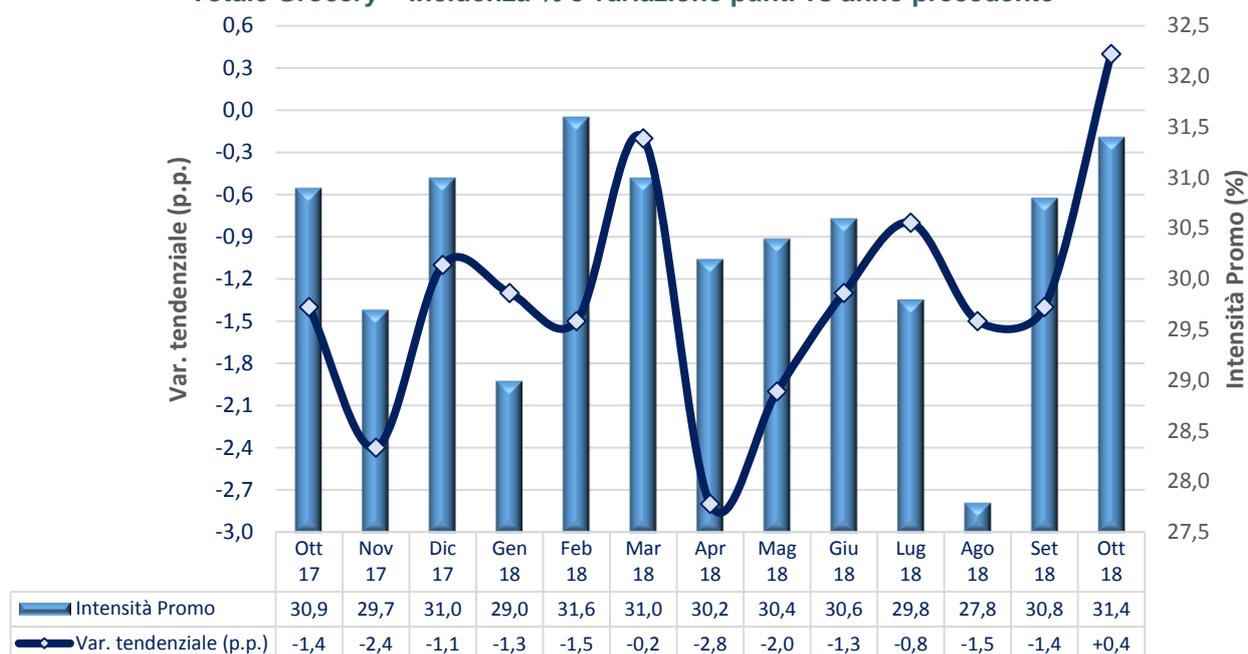
LE PROMOZIONI

A **ottobre 2018**, la pressione promozionale complessiva registrata nei punti vendita della GDO (ipermercati e supermercati), pari al **31,4%**, risulta in aumento sia sul mese precedente (+0,5 p.p.) che sul medesimo mese dell'anno scorso (+0,4 p.p.).

In merito a quest'ultimo dato, si tratta della prima variazione positiva dopo più di un anno di calo. L'incremento è stato rilevato sia negli ipermercati con più di 4500 mq (+0,7 p.p.) che nei punti di vendita con superficie inferiore (+0,4 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				
	Mag	Giu	Lug	Set	Ott	Mag	Giu	Lug	Set	Ott
Iper > 4.500 mq.	35,7	33,9	32,4	36,6	35,4	34,2	33,7	31,3	35,6	36,1
Super 400-4.499 mq.	31,0	29,7	28,4	30,9	29,8	29,7	28,9	26,9	29,5	30,2

Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super

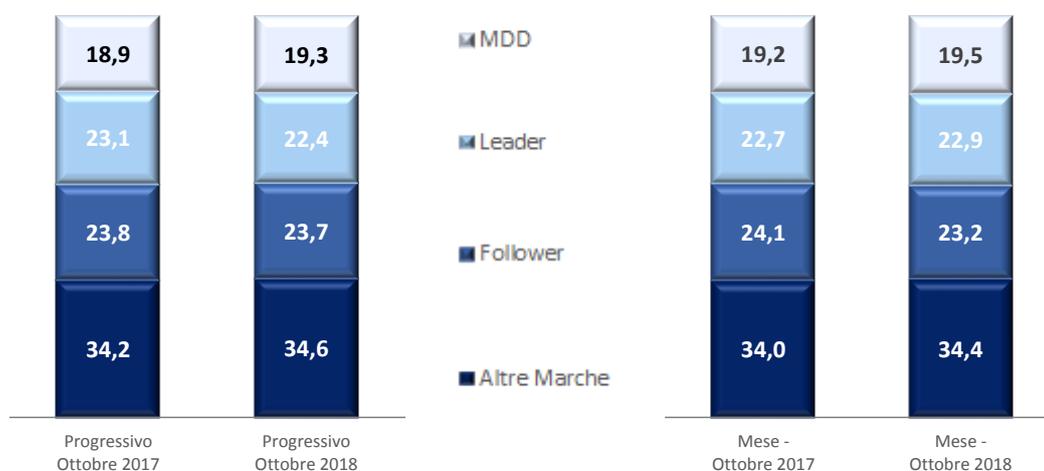
A livello di **iper** e **super**, le **promozioni di prezzo** – più direttamente attribuibili alla Distribuzione – si attestano al **23,7%**, in aumento di +5 decimi di p.p. rispetto al mese precedente e di +7 decimi rispetto a ottobre 2017.

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

A **ottobre** la **Marca del Distributore** incrementa ulteriormente la sua quota, registrando il valore massimo dell'anno (uguagliando quello di gennaio, pari a **19,5%**), con un incremento di +0,3 punti percentuali rispetto al medesimo mese dell'anno scorso; nello stesso arco di tempo, la marca Leader di mercato ha registrato un incremento di +0,2 punti percentuali mentre i Follower ne perdono -0,9; in aumento le Altre Marche (ora a quota 34,4%).

A progressivo, la **Marca del Distributore** conferma la quota del 19,3% già rilevata negli ultimi due mesi.

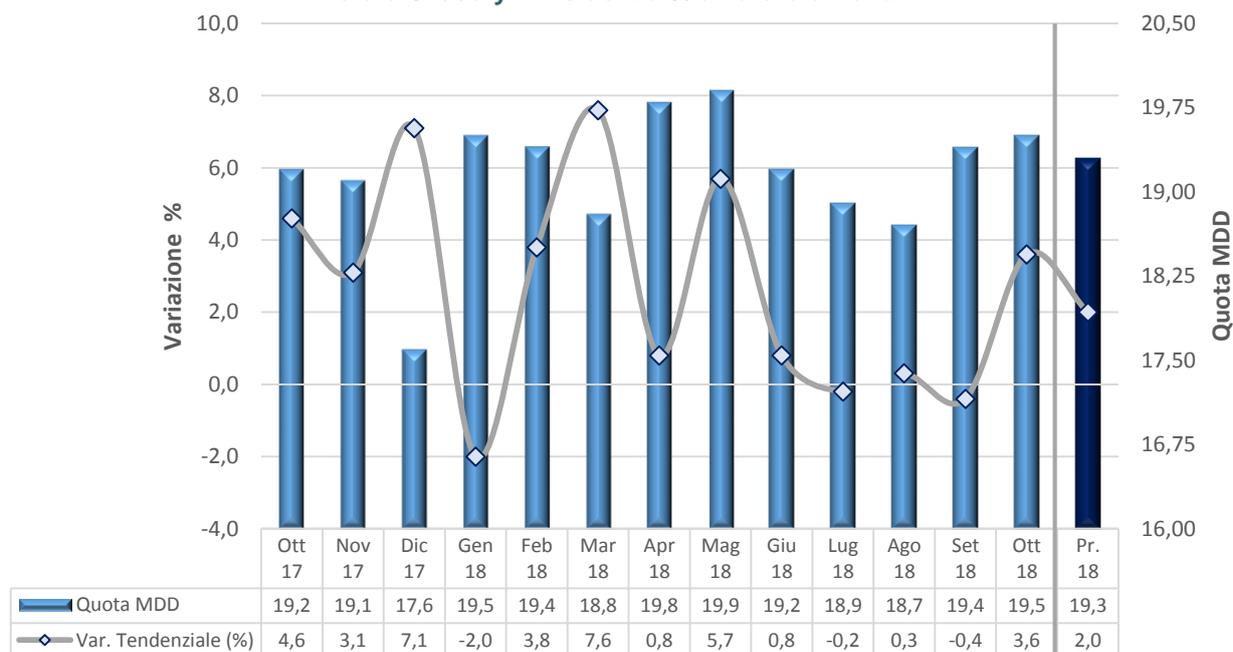
ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA Totale Grocery – Incidenza % a valore



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.

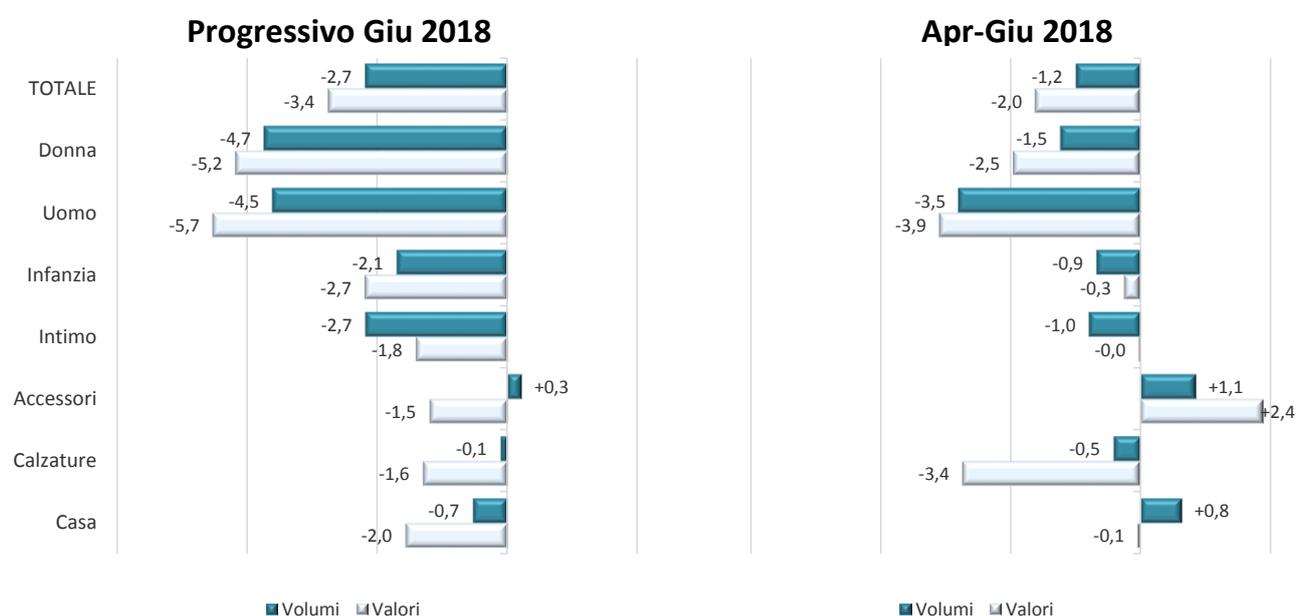
Il mercato nel suo complesso registra tra aprile e giugno una flessione pari a **-1,2%** a volume e **-2,0%** a valore.

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 valore di fatto stabile (-0,1%).

Le maggiori criticità riguardano il comparto dell'abbigliamento maschile (-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 -3,4%. L'analisi dei singoli comparti mette in luce trend differenti ma complessivamente negativi.

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



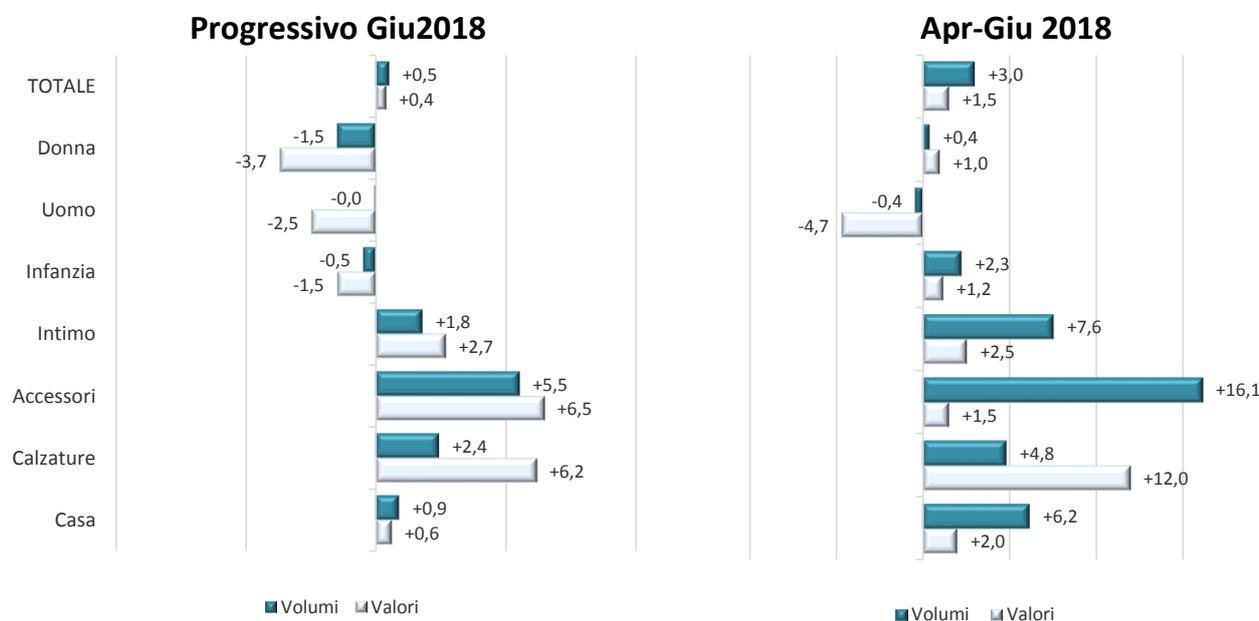
Fonte: Sita Ricerca – Rilevazione trimestrale

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 a volume (+3,0%) che a valore (+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 a volume (-0,6%).

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%).

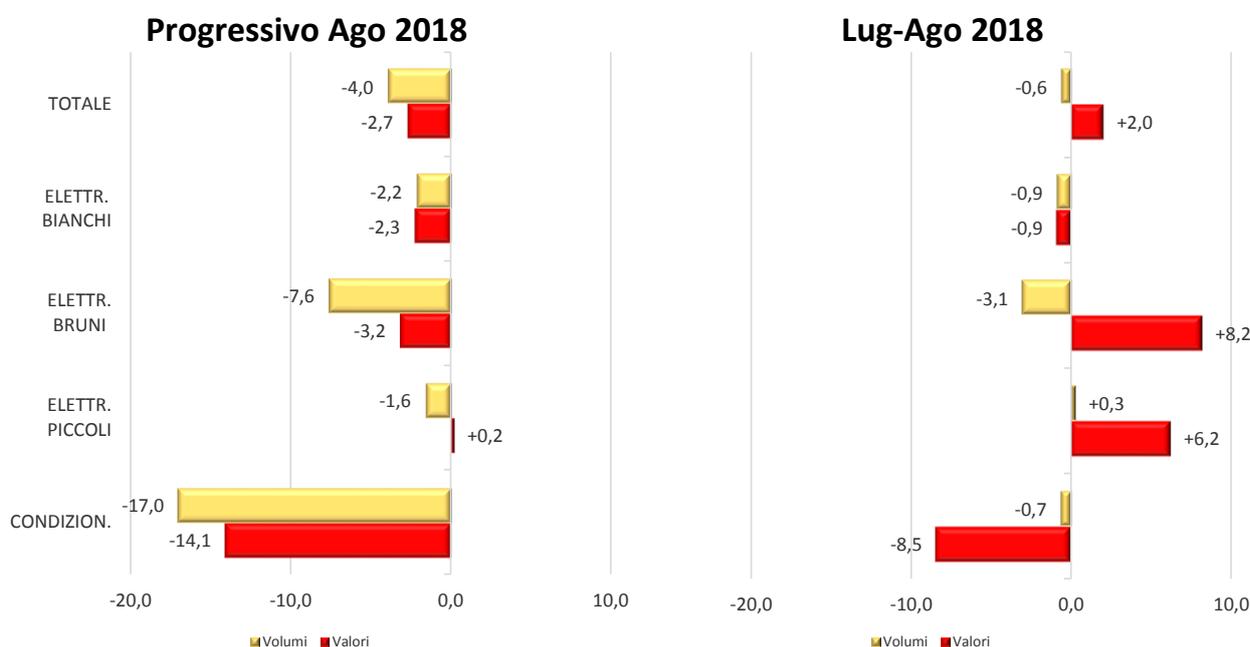
In ripresa gli **elettrodomestici bruni** che, dopo parecchi bimestri di decremento, ritrovano il segno più a valore (+8,2%) pur permanendo negativi in quantità (-3,1%).

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



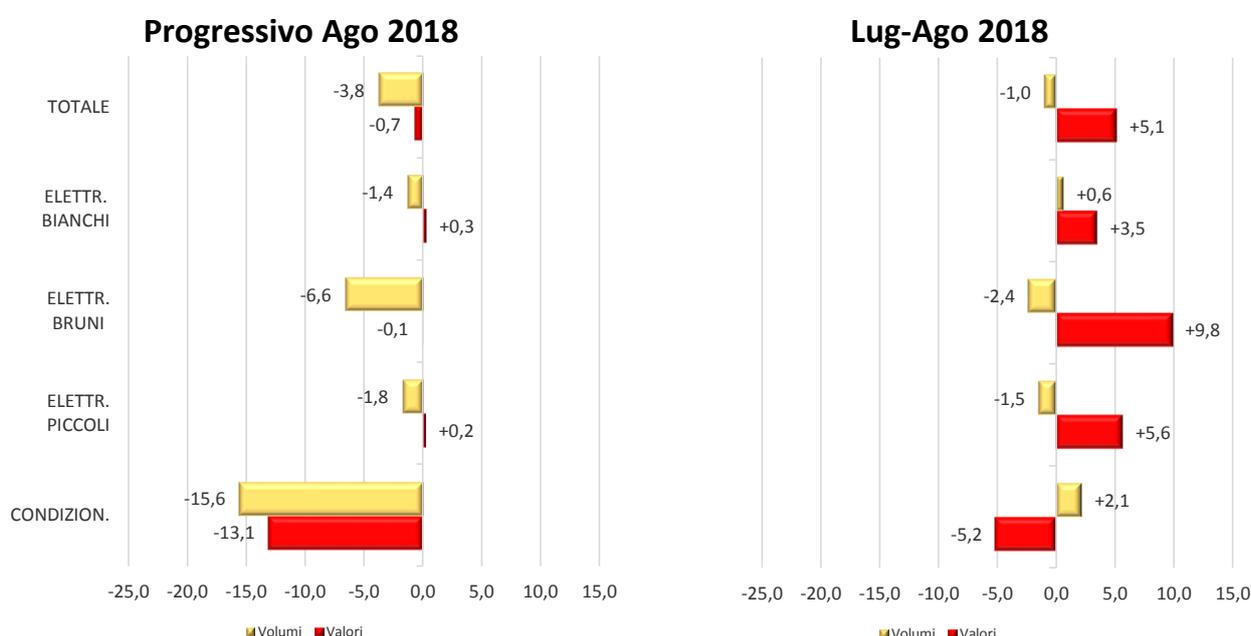
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

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.

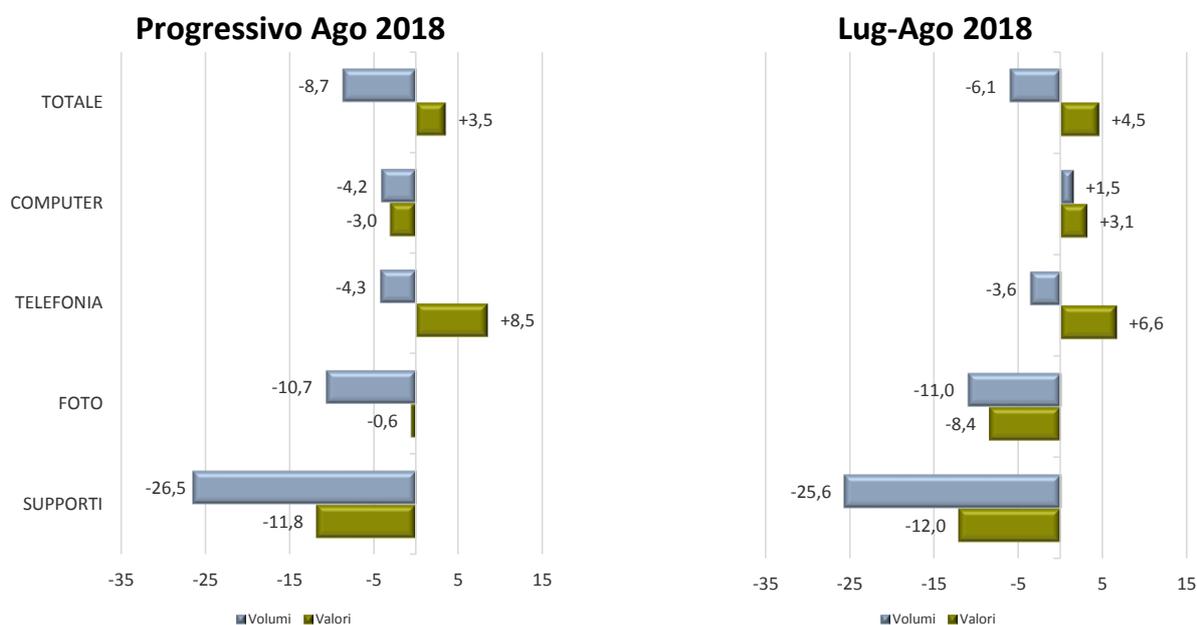
Dopo che nel bimestre scorso il mercato ha registrato performance negative sia a valore che a volume, nei mesi estivi torna a mostrare il profilo che lo ha caratterizzato nei bimestri precedenti, con dinamiche positive a valore (ora pari a +4,5%) ma negative per i volumi (-6,1%).

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



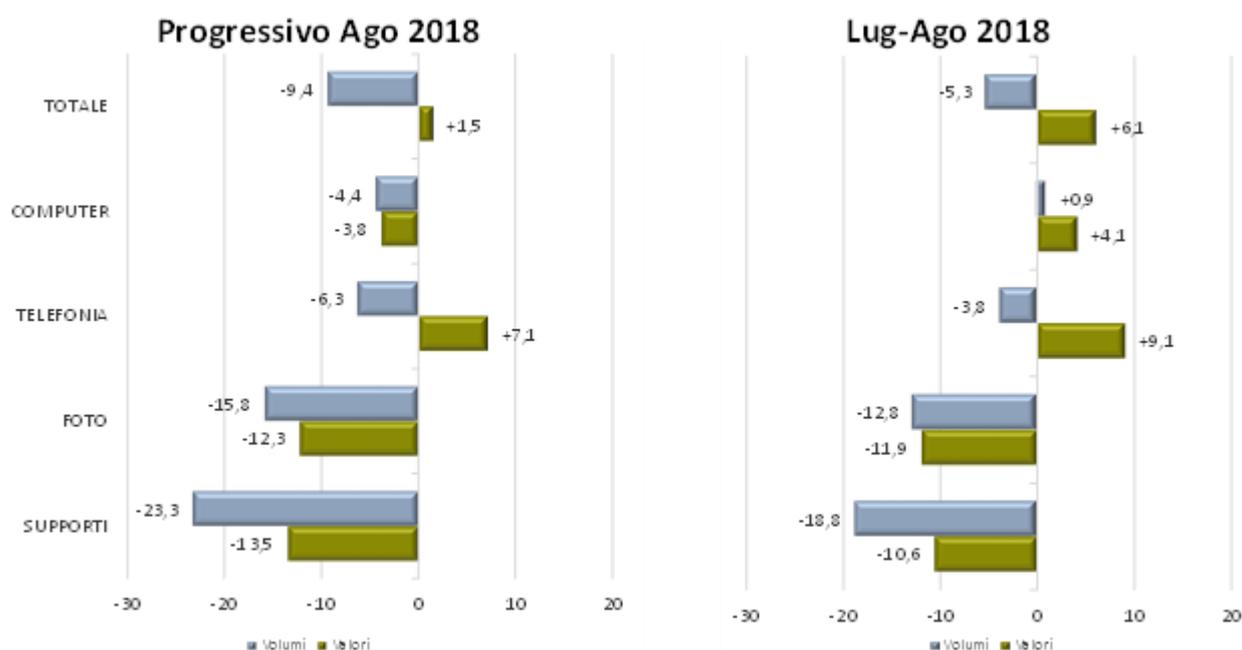
Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

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

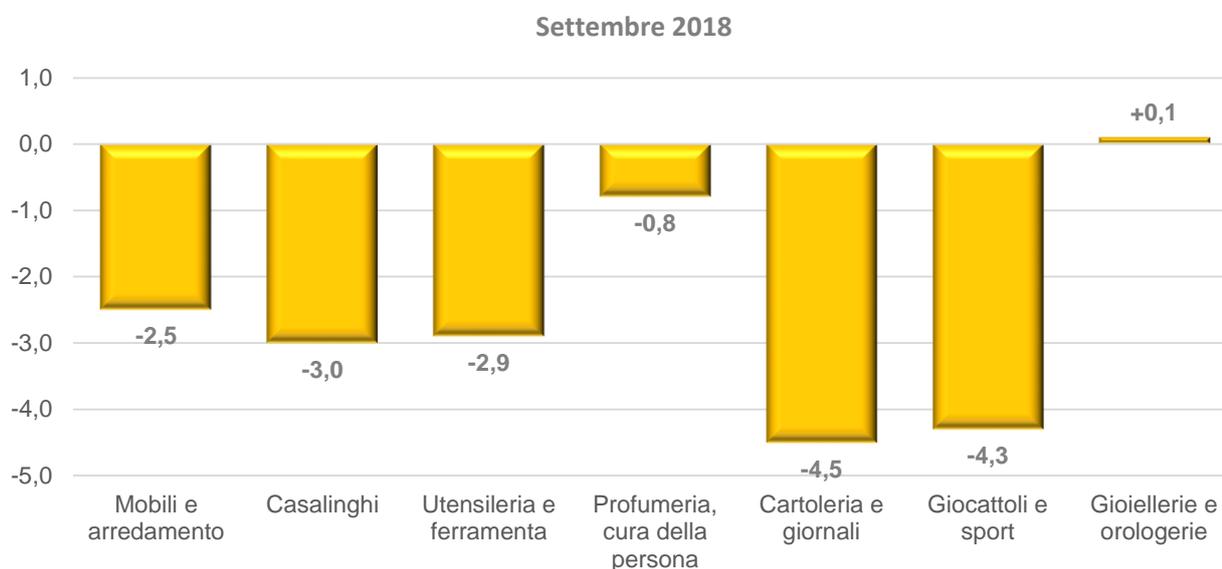


Fonte: GFK – Rilevazione bimestrale

Ancora altalenante l'andamento delle **vendite al dettaglio dei prodotti non alimentari**: dopo la buona performance di agosto (+2,4%), a **settembre** la variazione tendenziale è stata pari a -3,1%. *“Nel mese di settembre siamo di fronte a un vero crollo delle vendite al dettaglio, che coinvolge prodotti alimentari e non alimentari, grande e piccola distribuzione”* dichiara Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione. *“Ma il dato più preoccupante è quello relativo ai primi nove mesi dell'anno: un trend pari al -0,1% a valore (al -0,7% per il solo comparto non alimentare). Un quadro che rappresenta un forte elemento di complessità per le imprese distributive, che devono fronteggiare una domanda completamente stagnante e un'inflazione in crescita per gli effetti degli aumenti del petrolio, fattore che contribuirà a comprimere ulteriormente gli acquisti nei prossimi mesi”*

Unica vera eccezione al decremento generale dei prodotti non alimentari è rappresentata dagli “Elettrodomestici, radio, tv e registratori” che registrano una crescita su base annua del +2,1%. A parte la categoria delle “Gioiellerie e orologerie” (di fatto stabile, +0,1%), in calo – talvolta anche marcato – tutti gli altri comparti.

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:

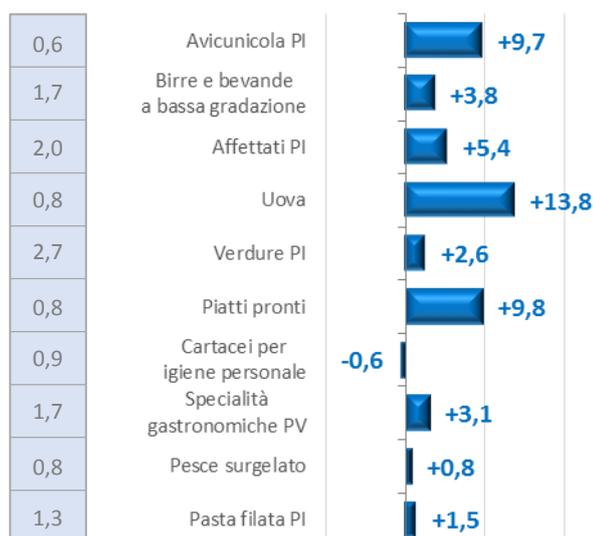
- 1. Famiglie a tot. fatturato**
- 2. Area e Categoria merceologica nel Grocery**
- 3. Area e Comparto Non Food**

1. Famiglie a tot. fatturato

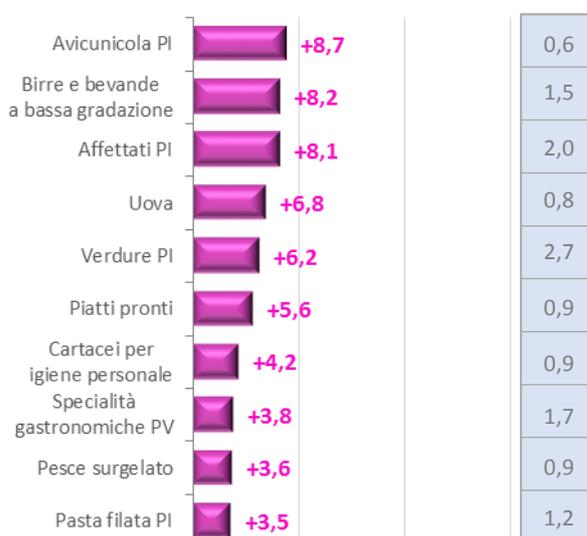
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – TOP TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Ottobre 2018



Mese - Ottobre 2018

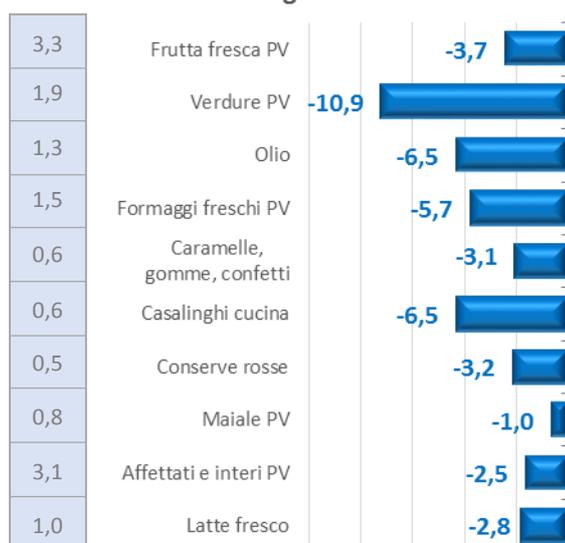


Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

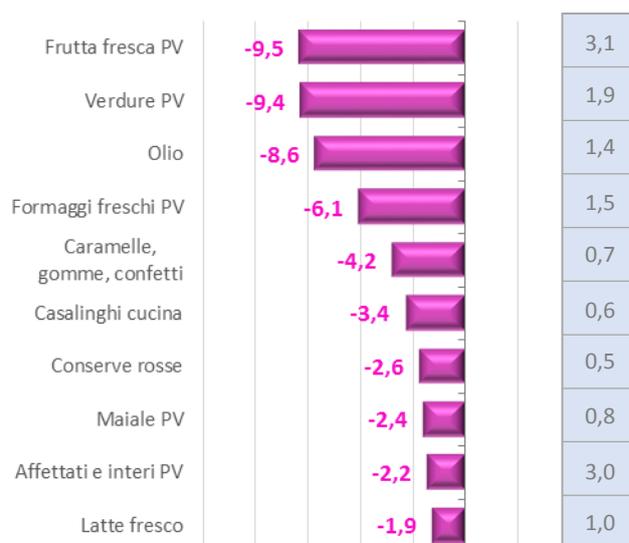
INCIDENZA E TREND PER FAMIGLIA – BOTTOM TEN DEL MESE

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

Progressivo Ottobre 2018



Mese - Ottobre 2018



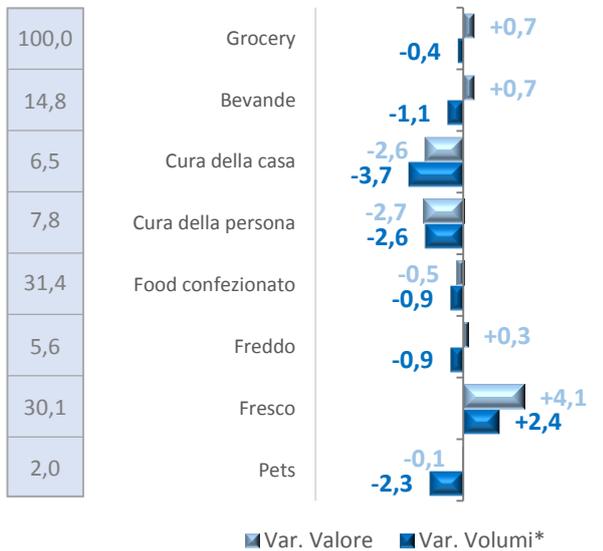
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio Iper+Super (Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

2. Area e Categoria merceologica nel Grocery

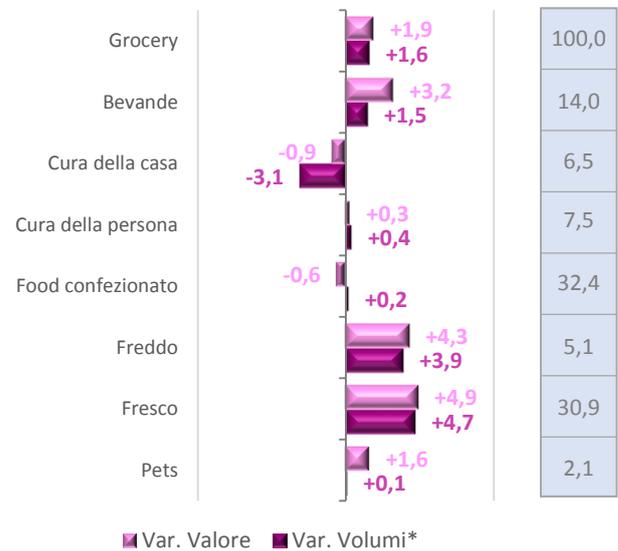
INCIDENZA E TREND DELLE AREE MERCEOLOGICHE – TOTALE GROCERY

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

Progressivo Ottobre 2018



Mese - Ottobre 2018

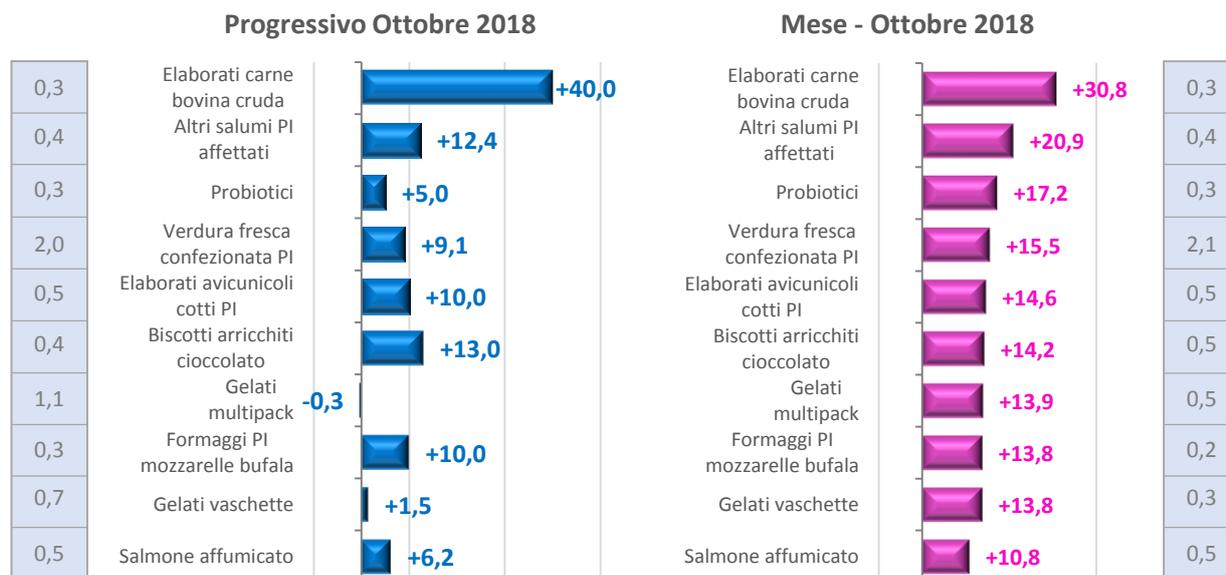


Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper + Super + Libero Servizio

* Trend Vendite a Prezzi Costanti

INCIDENZA E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE

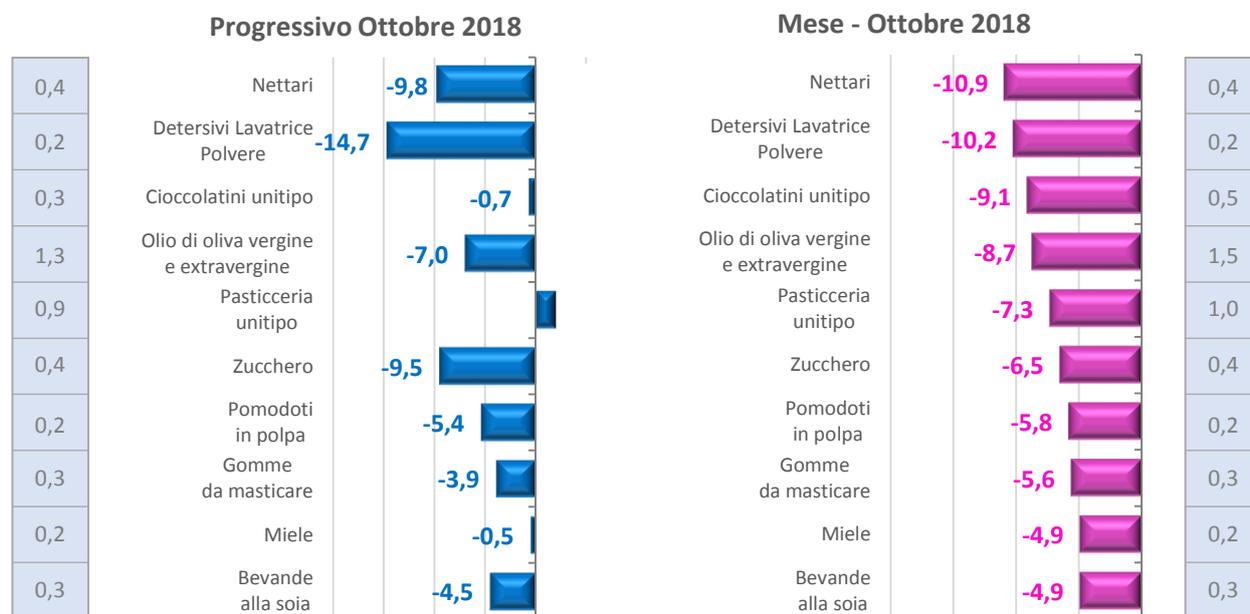
Variazione % a rete corrente – Valori vs anno precedente



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-ottobre 2018*

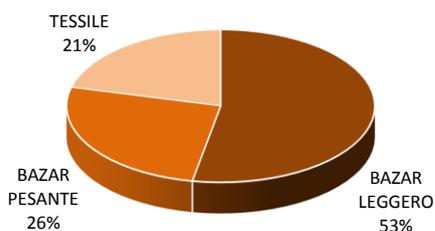
INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD SU TOTALE NEGOZIO

7,7%

VENDITE VALORE
NON FOOD

4.234,1 mln di €

INCIDENZA % V.VALORE
NON FOOD



Trend % Valore

Bazar leggero - 6,1%
Bazar pesante - 9,0%
Tessile - 6,9%

	Progressivo Anno Corrente		
	V. Valore in euro	Trend % Valore	Peso del comparto
TOTALE NEGOZIO	55.104.634.880,0	-0,4	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	50.078.319.872,0	0,0	90,9
NO FOOD	4.234.051.640,0	-7,0	7,7
BAZAR LEGGERO	2.241.414.768,0	-6,1	4,1
CASALINGHI	582.835.994,0	-4,6	1,1
GIOCHI E TEMPO LIBERO	275.164.871,0	-6,3	0,5
LIBRI E GIORNALI	312.927.849,8	-5,4	0,6
GIARDINAGGIO	267.993.935,5	-8,7	0,5
CANCELLERIA	261.508.036,8	-6,0	0,5
FAI DA TE	207.932.919,0	-6,6	0,4
SPORT E TEMPO LIBERO	159.687.175,0	0,6	0,3
VEICOLI A MOTORE	122.887.422,5	-13,5	0,2
ASCOLTO E VISIONE	21.861.669,3	-23,9	0,0
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	20.042.538,3	20,9	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	8.572.363,6	-15,1	0,0
BAZAR PESANTE	1.101.382.924,0	-9,0	2,0
TELEFONIA	417.147.769,5	-9,9	0,8
ELETTR.BRUNI	237.512.333,5	-9,8	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	179.945.827,0	-10,5	0,3
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	98.631.404,5	-11,6	0,2
ELETTR.BIANCHI	90.144.712,4	-2,7	0,2
FOTOGRAFIA E OTTICA	74.765.684,0	-0,8	0,1
UFFICIO-CASA	2.521.632,5	2,0	0,0
ELETTRONICA	713.559,9	-30,9	0,0
TESSILE	891.253.930,0	-6,9	1,6
ABBIGLIAMENTO	564.439.901,0	-7,8	1,0
TESSILE CASA	195.889.331,8	-1,9	0,4
CALZATURE PELLETERIA	130.924.698,3	-10,0	0,2
ALTRO	792.263.522,0	22,1	1,4

Fonte: Nielsen

*Aggiornato al 28 ottobre 2018