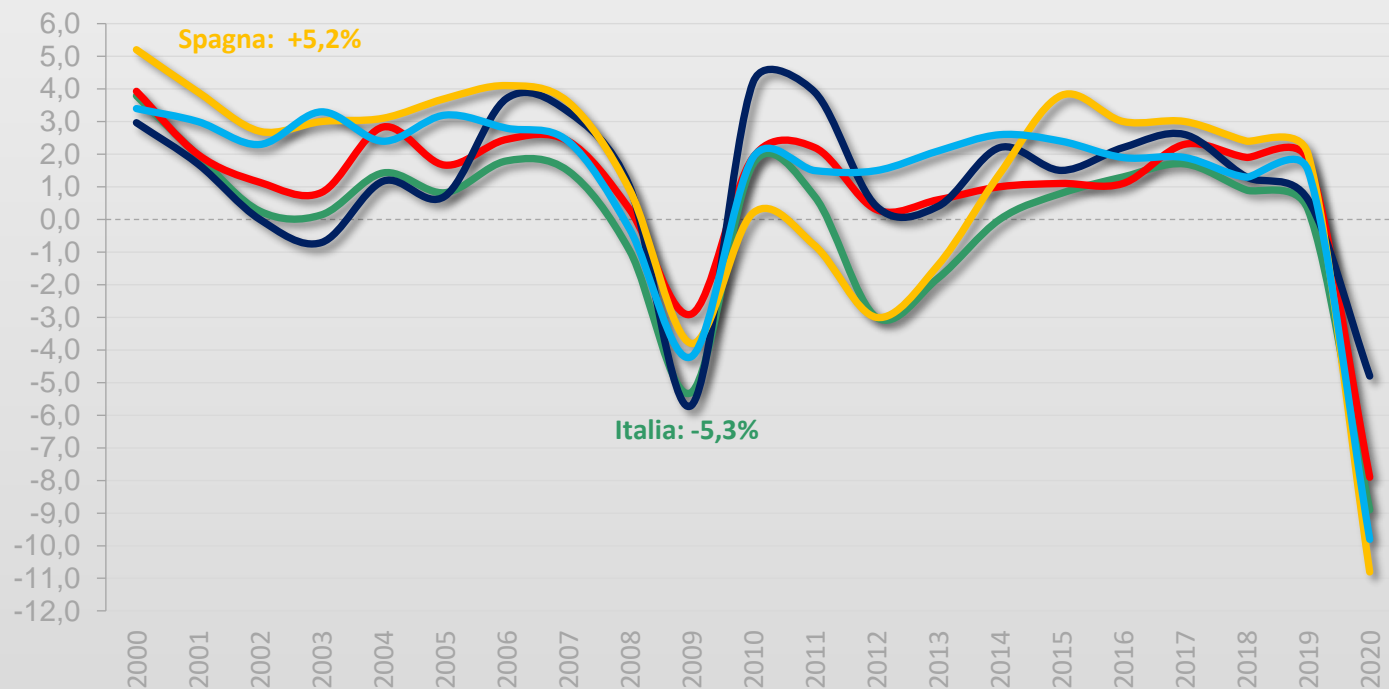


SCENARIO ECONOMICO E DINAMICA DEI CONSUMI



IL CONTESTO INTERNAZIONALE

EVOLUZIONE DEL PIL IN EUROPA Variazioni percentuali in termini reali



UE (27 PAESI)
2020: -6,0%

Germania: - 4,8%

Francia: - 7,9%

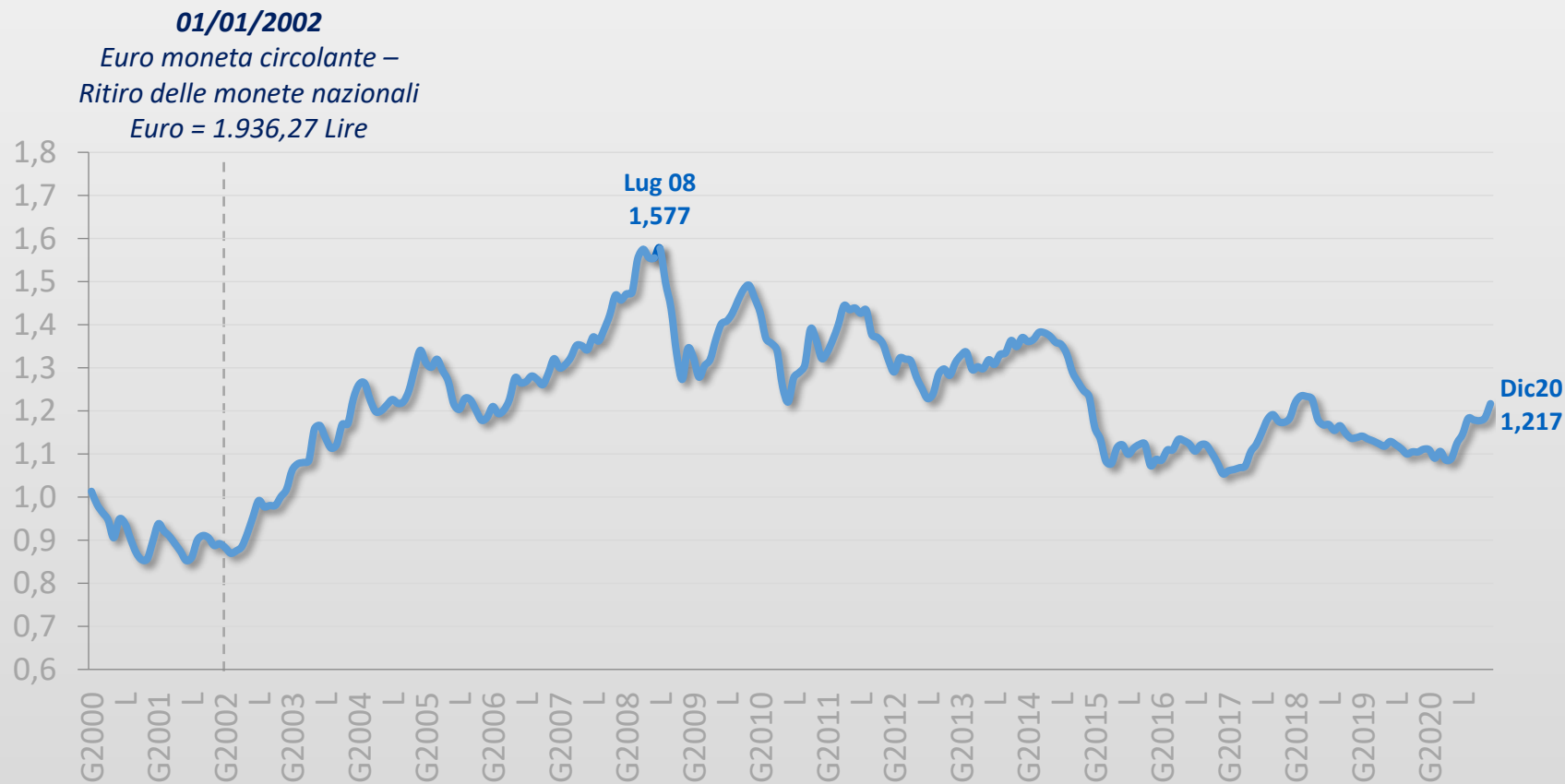
Italia: - 8,9%

Regno Unito: - 9,8%

Spagna: -10,8%

IL CONTESTO INTERNAZIONALE

CAMBIO EURO/DOLLARO



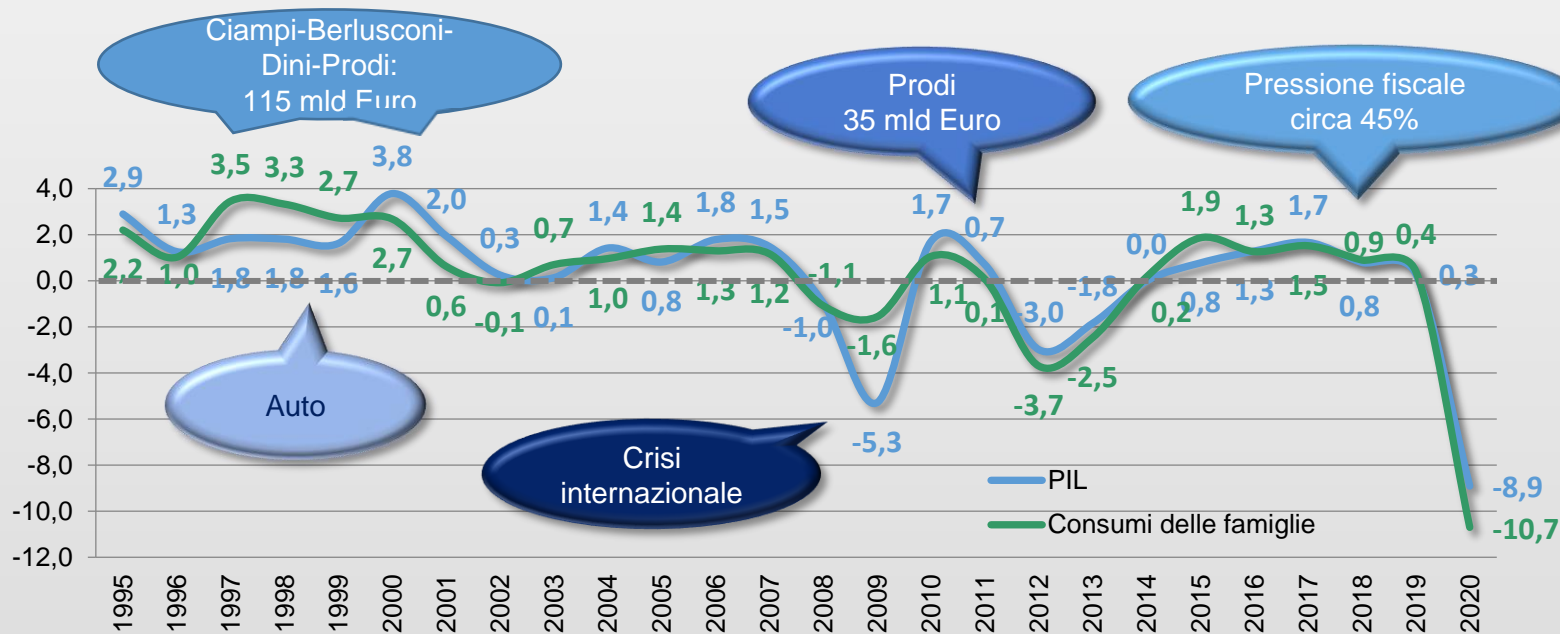
IL CONTESTO INTERNAZIONALE

PROSPETTIVE GLOBALI DI CRESCITA Variazioni percentuali in termini reali

	2019	2020	2021 ^P	2022 ^P
PAESI INDUSTRIALIZZATI	1,6	-4,6	5,6	4,4
<i>Stati Uniti</i>	2,2	-3,5	7,0	4,9
<i>Giappone</i>	0,0	-4,7	2,8	3,0
AREA EURO	1,3	-6,5	4,6	4,3
PAESI IN VIA DI SVILUPPO	3,7	-2,1	6,3	5,2
ASIA ORIENTALE	5,4	-0,9	7,5	6,4
<i>Cina</i>	6,0	2,3	8,1	5,7
<i>India</i>	4,0	-7,3	9,5	8,5
EUROPA	2,5	-2,0	4,9	3,6
AMERICA LATINA e PAESI CARAIBICI	0,1	-7,0	5,8	3,2
MEDIO ORIENTE e ASIA CENTRALE	1,4	-2,6	4,0	3,7
AFRICA SUB-SAHARIANA	3,2	-1,8	3,4	4,1
MONDO	2,8	-3,2	6,0	4,9

L'ITALIA

PIL, CONSUMI DELLE FAMIGLIE E INFLAZIONE Variazioni percentuali in termini reali

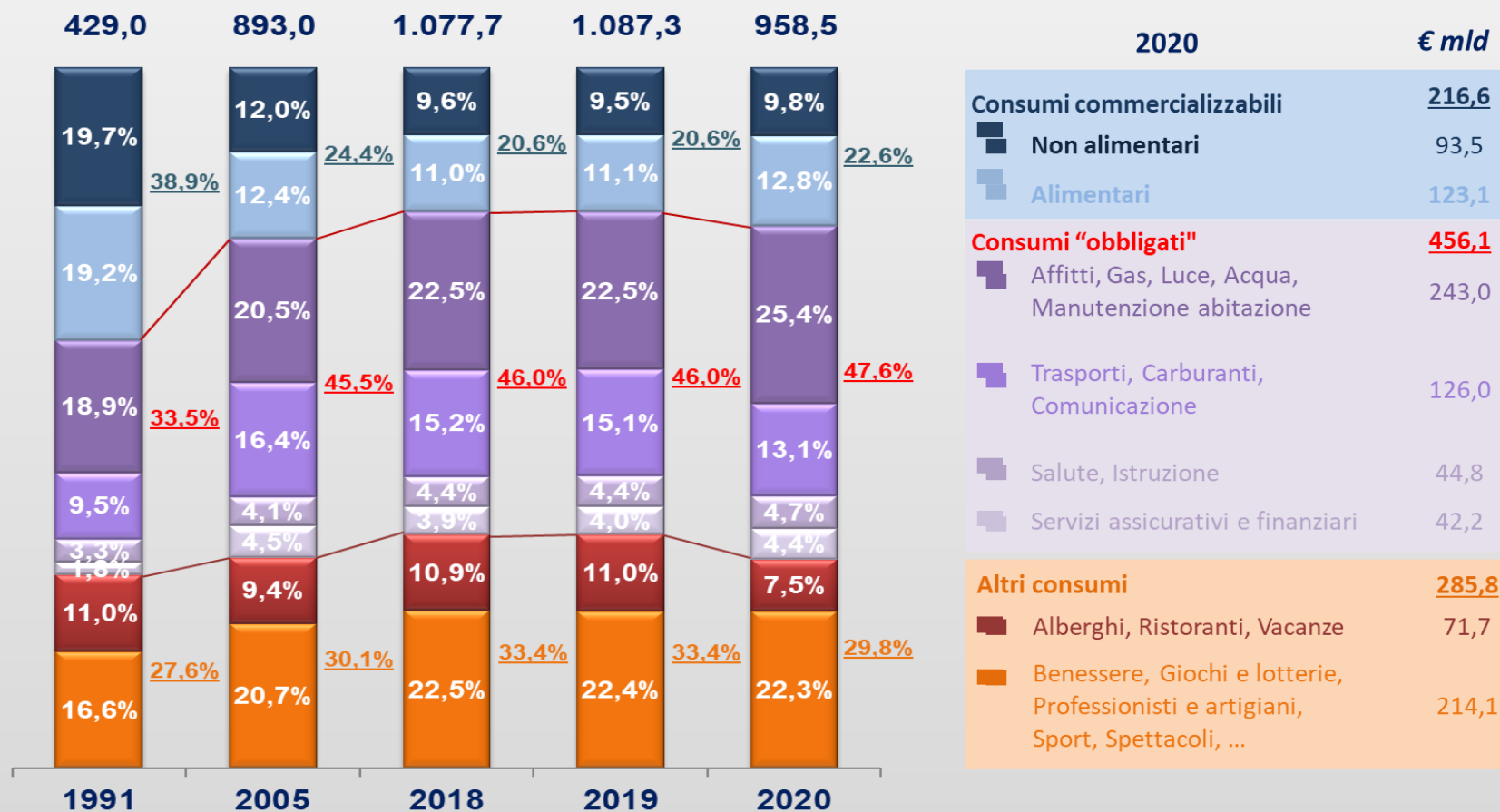


INFLAZIONE MEDIA ANNUALE

5,4	3,9	1,7	1,8	1,7	2,5	2,7	2,5	2,7	2,2	1,9	2,1	1,8	3,3	0,8	1,5	2,8	3,0	1,2	0,2	0,1	-0,1	+1,2	+1,2	+0,6	-0,2
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------

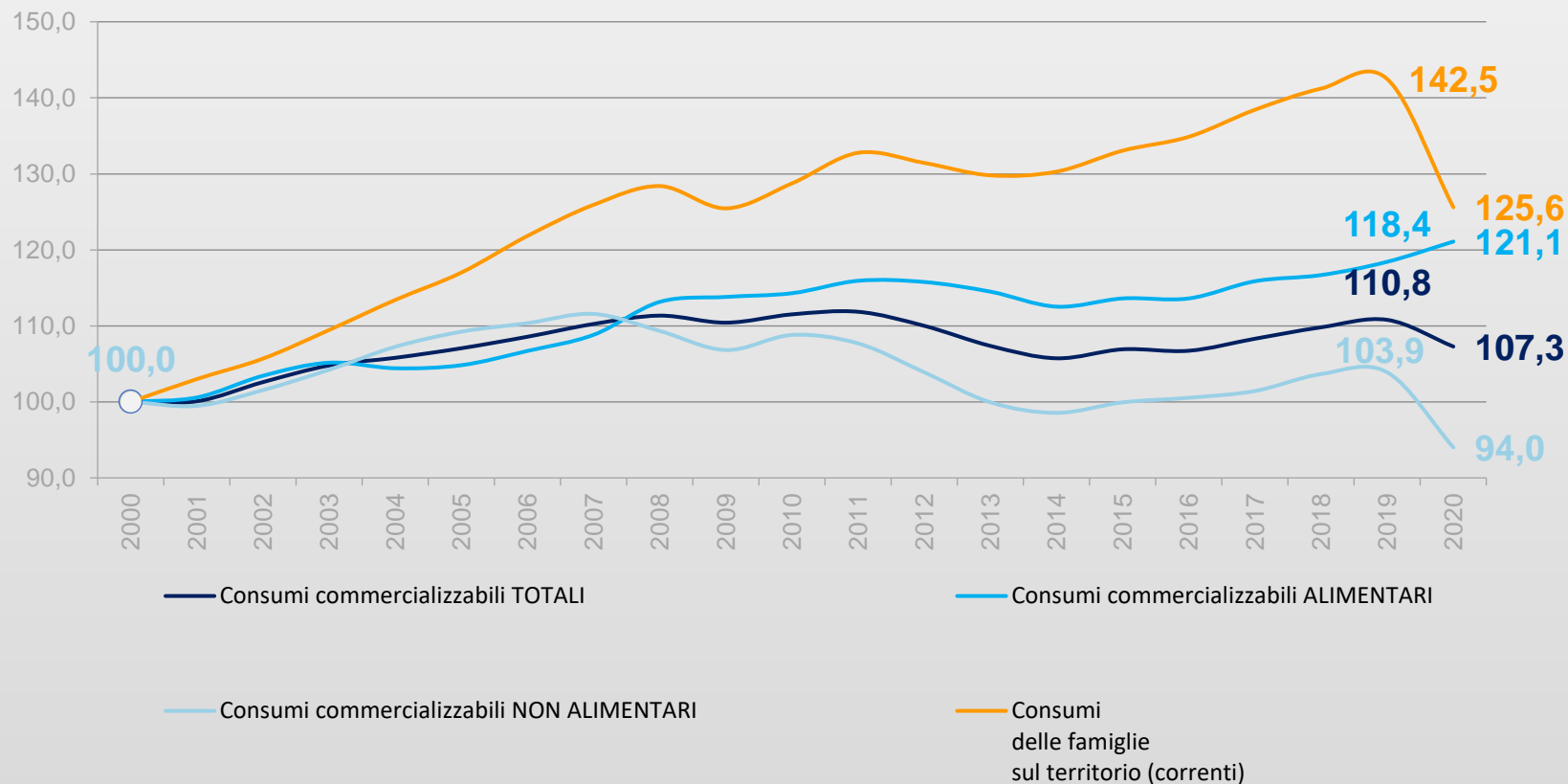
L'ITALIA

EVOLUZIONE DEL MODELLO DI CONSUMO



L'ITALIA

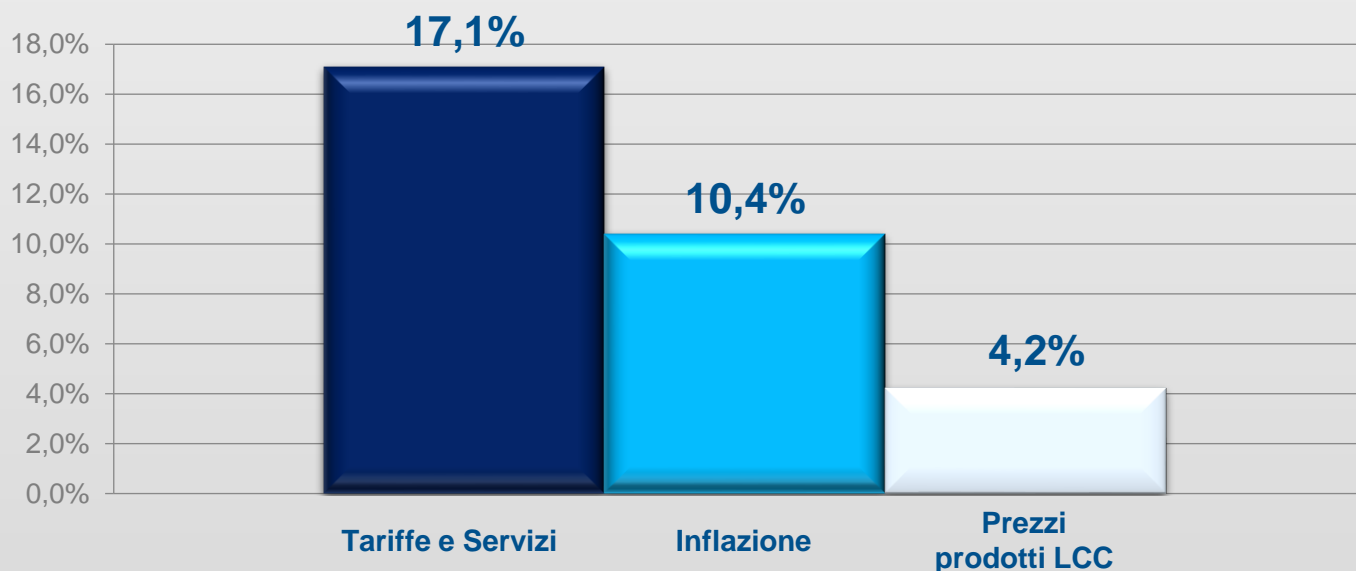
DINAMICA DEI CONSUMI COMMERCIALIZZABILI Indice valori correnti (Base 2000=100)



L'ITALIA

PREZZI DI TARIFFE/SERVIZI E PRODOTTI LCC
Variazione percentuale 2010 - 2020

In uno scenario di consumi ancora deboli la DM trasferisce tutti i vantaggi derivati dalla maggiore efficienza direttamente ai clienti, riducendo costantemente i propri margini commerciali. Sul periodo 2010-2020, a fronte di aumenti cumulati di **tariffe e servizi** del **17,1%** e di un'**inflazione** del **10,4%**, i **prezzi dei prodotti confezionati** sono incrementati nella DM solo del **4,2%**.



Tariffe/servizi comprendono: energia elettrica, benzina, gas, acqua potabile, raccolta rifiuti, servizi postali, assicurazione mezzi di trasporto, riparazione mezzi di trasporto, trasporto passeggeri su rotaia, trasporto passeggeri su strada, trasporto aereo passeggeri, servizi ricreativi e culturali, servizi di ristorazione, servizi di alloggio, assistenza sociale, servizi di telefonia, servizi di parrucchiere e trattamenti di bellezza

L'ITALIA

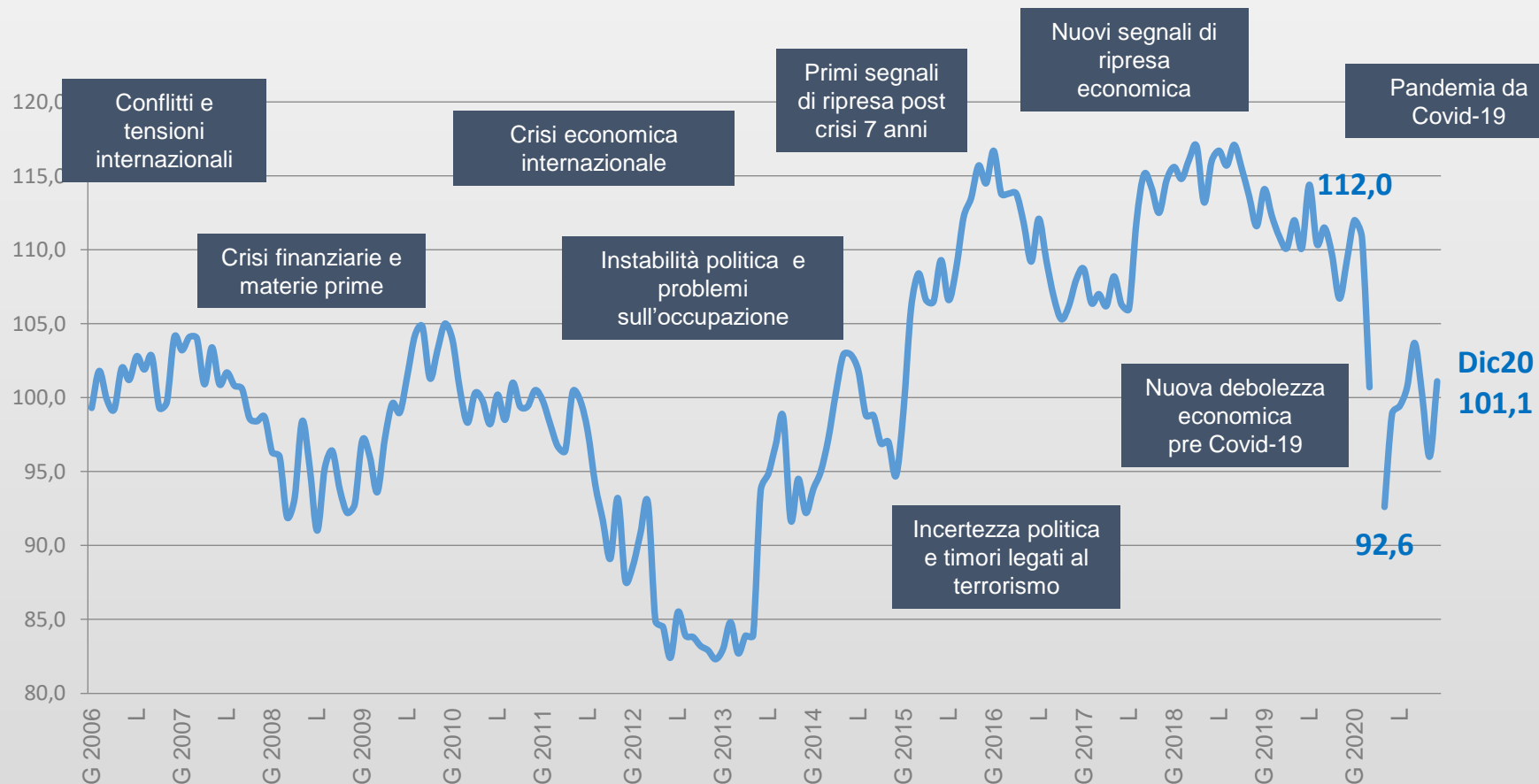
PREZZI DI TARIFFE/SERVIZI E PRODOTTI LCC Variazione percentuale anno su anno



Tariffe/servizi comprendono: energia elettrica, benzina, gas, acqua potabile, raccolta rifiuti, servizi postali, assicurazione mezzi di trasporto, riparazione mezzi di trasporto, trasporto passeggeri su rotaia, trasporto passeggeri su strada, trasporto aereo passeggeri, servizi ricreativi e culturali, servizi di ristorazione, servizi di alloggio, assistenza sociale, servizi di telefonia, servizi di parrucchiere e trattamenti di bellezza

IL CONSUMATORE

IL CLIMA DI FIDUCIA



IL CONSUMATORE

- Il consumatore è sempre più **selettivo e consapevole**
- I cambiamenti nel suo comportamento d'acquisto sono **strutturali**
- Si fa più **attenzione agli sprechi**
- In tale contesto emerge un **ritorno alla prossimità**, dove ne risentono in particolar modo i punti vendita extraurbani e di grandi dimensioni, soprattutto per quanto riguarda la spesa alimentare
- Nell'ambito dello shopping (non food), cresce la **rilevanza delle polarità commerciali** (centri commerciali, factory outlet center, stazioni, ...), che rappresentano spesso la prima scelta del consumatore nel processo di acquisto
- I consumi degli italiani diventano sempre più orientati verso i servizi rispetto alla «spesa abituale»
- Dal concetto di **multichannel** si passa a quello di **omnichannel**: ci si informa e si acquista contemporaneamente su più canali sfruttando l'evoluzione tecnologica e in particolare lo smartphone
- Il percorso di acquisto dei consumatori si sta evolvendo rapidamente, con una **maggiore interazione tra online e offline**
- L'**e-commerce** cresce in maniera progressiva: negli ultimi anni più per i prodotti che per i servizi

Più razionale – Esigente – Critico – Consapevole – Digitale

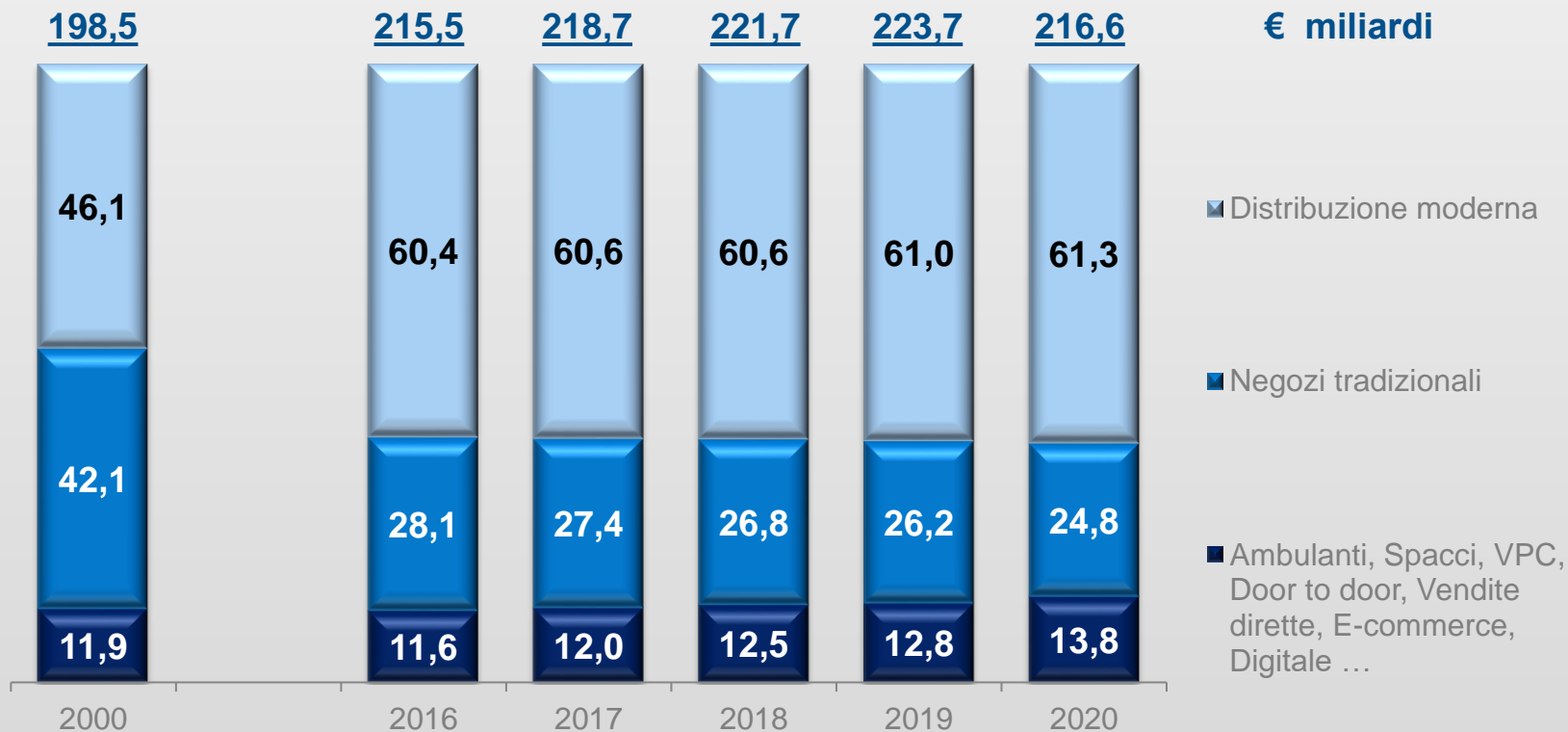
MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE NUMERO PUNTI VENDITA

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTALE ESERCIZI COMMERCIALI	945.509	943.319	945.416	941.625	933.678	921.869	901.435	892.194
Non Alimentari	689.457	687.915	689.601	686.195	678.953	668.791	652.402	642.400
Alimentari	256.052	255.404	255.815	255.430	254.725	253.078	249.033	249.794
NEGOZI TRADIZIONALI	702.187	695.459	692.230	688.321	685.364	678.588	666.023	662.062
Non Alimentari	510.984	503.919	499.493	495.356	491.949	486.145	476.187	470.548
Alimentari	191.203	191.540	192.737	192.965	193.415	192.443	189.836	191.514
AMBULANTI	182.577	188.274	193.831	194.583	190.797	186.341	179.201	176.057
Non Alimentari	145.960	152.078	157.830	158.870	155.538	151.660	145.538	142.859
Alimentari	36.617	36.196	36.001	35.713	35.259	34.681	33.663	33.198
DISTRIBUZIONE MODERNA	61.246	60.088	59.355	58.721	57.517	56.940	56.211	54.075
Non Alimentari	33.014	32.420	32.278	31.969	31.466	30.986	30.677	28.993
Alimentari	28.232	27.668	27.077	26.752	26.051	25.954	25.534	25.082
<i>Ipermercati (>= 4.500 mq)</i>	<i>381</i>	<i>378</i>	<i>378</i>	<i>375</i>	<i>367</i>	<i>362</i>	<i>359</i>	<i>339</i>
<i>Supermercati e Superstore (400 – 4.499 mq)</i>	<i>8.683</i>	<i>8.588</i>	<i>8.673</i>	<i>8.653</i>	<i>8.647</i>	<i>8.740</i>	<i>8.751</i>	<i>8.805</i>
<i>Libero Servizio (100 – 399 mq)</i>	<i>14.470</i>	<i>13.872</i>	<i>12.990</i>	<i>12.613</i>	<i>11.998</i>	<i>11.645</i>	<i>11.149</i>	<i>10.553</i>
<i>Discount</i>	<i>4.698</i>	<i>4.830</i>	<i>5.036</i>	<i>5.111</i>	<i>5.039</i>	<i>5.207</i>	<i>5.275</i>	<i>5.385</i>

MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE PESI DEI CANALI
Consumi commercializzabili – Quote di mercato %



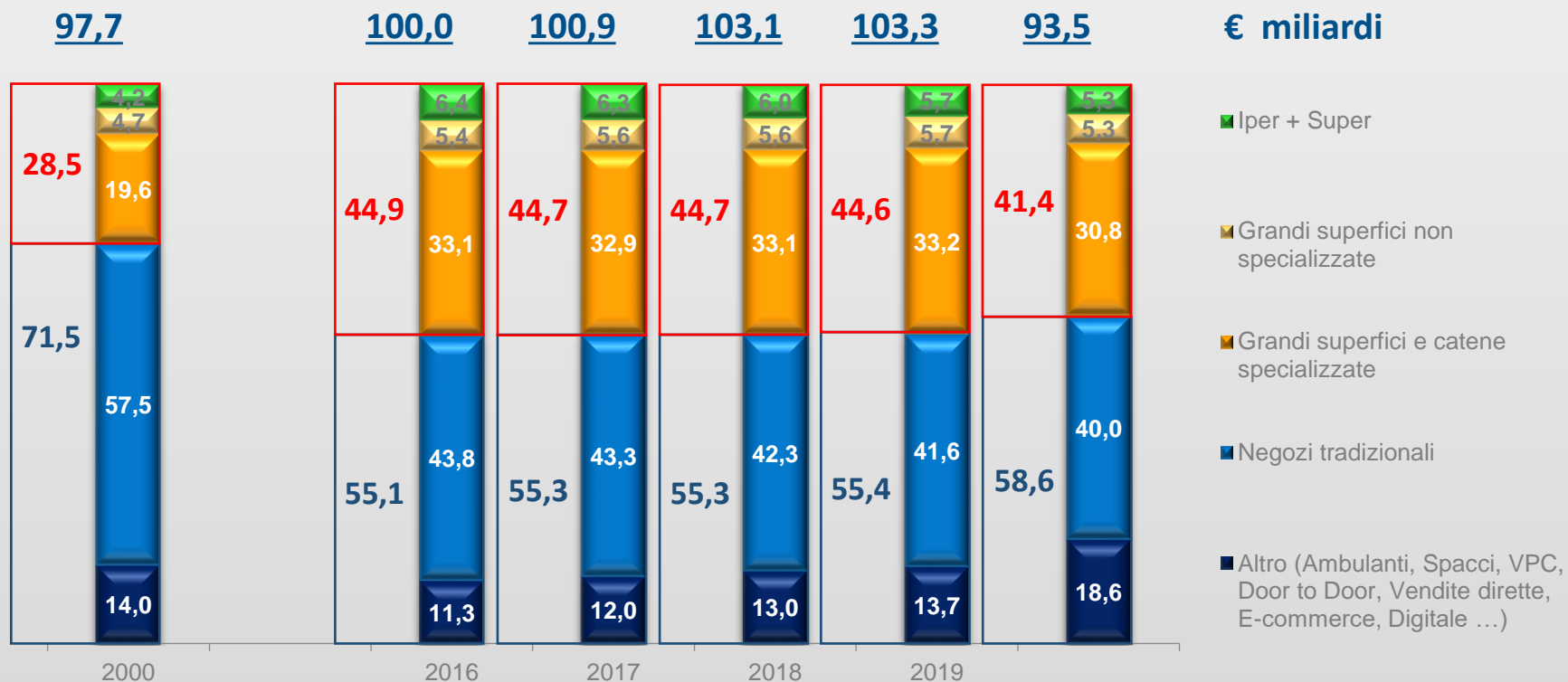
MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE PESI DEI CANALI
Alimentari (Fresco + Confezionato) – Quote di mercato %



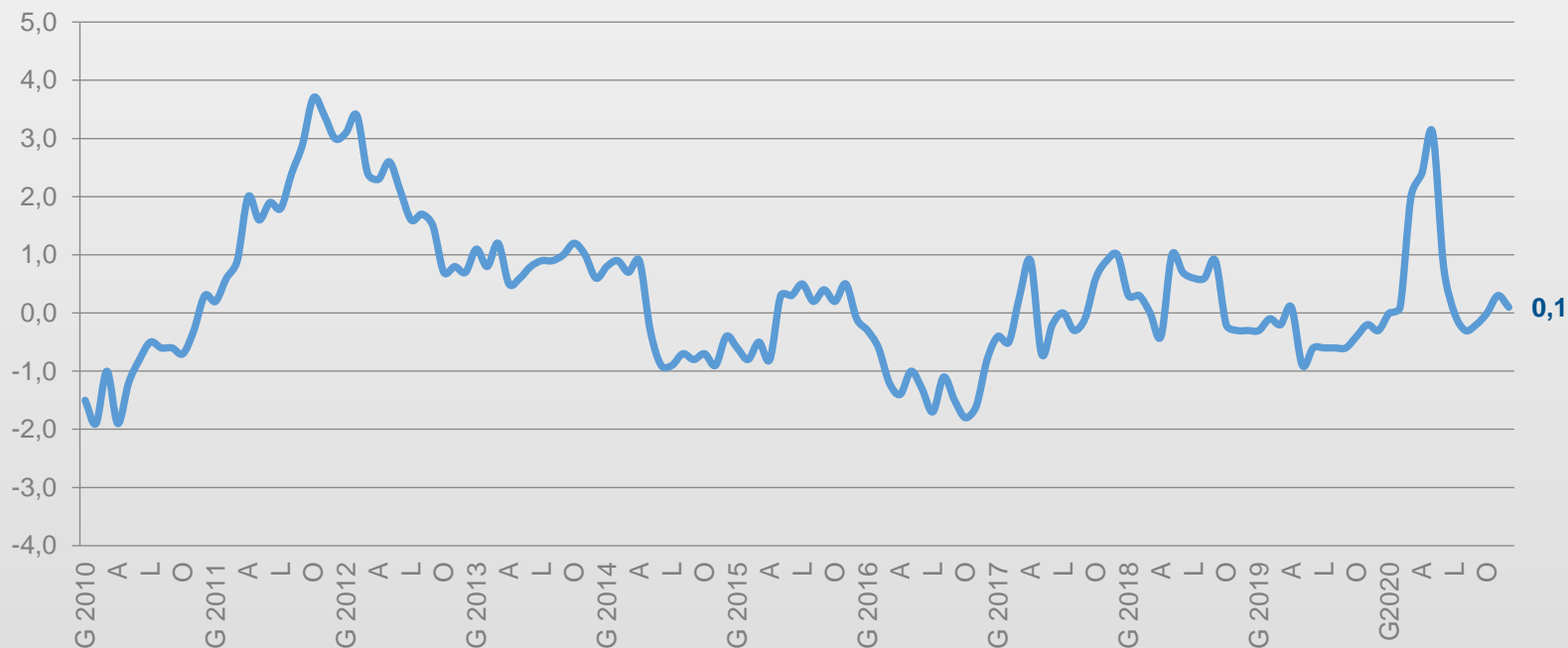
MAPPA DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO ITALIANO

EVOLUZIONE PESI DEI CANALI Non Alimentari – Quote di mercato %



SETTORE ALIMENTARE

L'INFLAZIONE NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA (LCC)
Variazione % vs. mese corrispondente dell'anno precedente – Totale Iper+Super

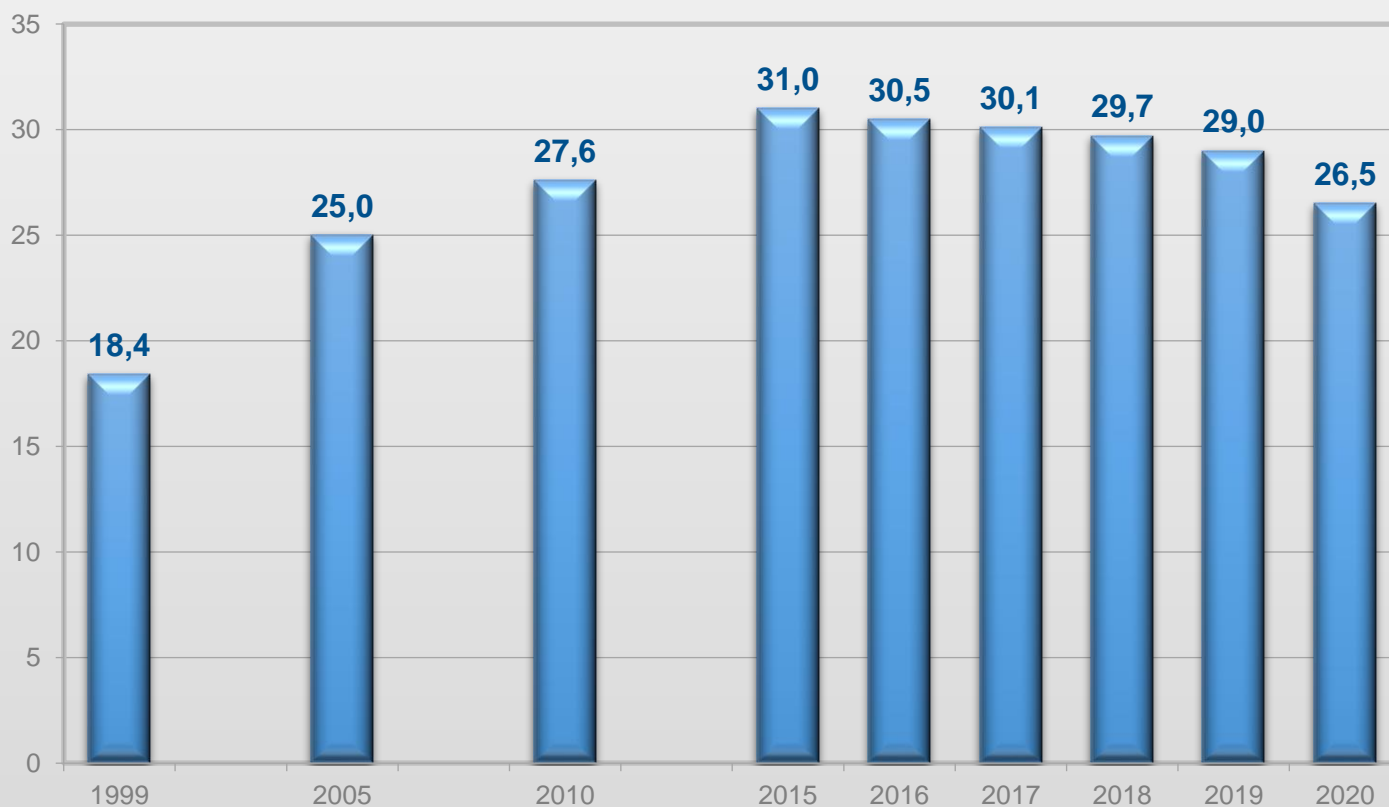


DATO MEDIO										
Gen-Dic 2010	Gen-Dic 2011	Gen-Dic 2012	Gen-Dic 2013	Gen-Dic 2014	Gen-Dic 2015	Gen-Dic 2016	Gen-Dic 2017	Gen-Dic 2018	Gen-Dic 2019	Gen-Dic 2020
-0,9%	2,0%	2,0%	0,9%	-0,2%	0,0%	-1,2%	0,1%	0,3%	-0,4%	+0,7%

SETTORE ALIMENTARE

LE PROMOZIONI

Pressione promozionale – Incidenza percentuale Totale grocery



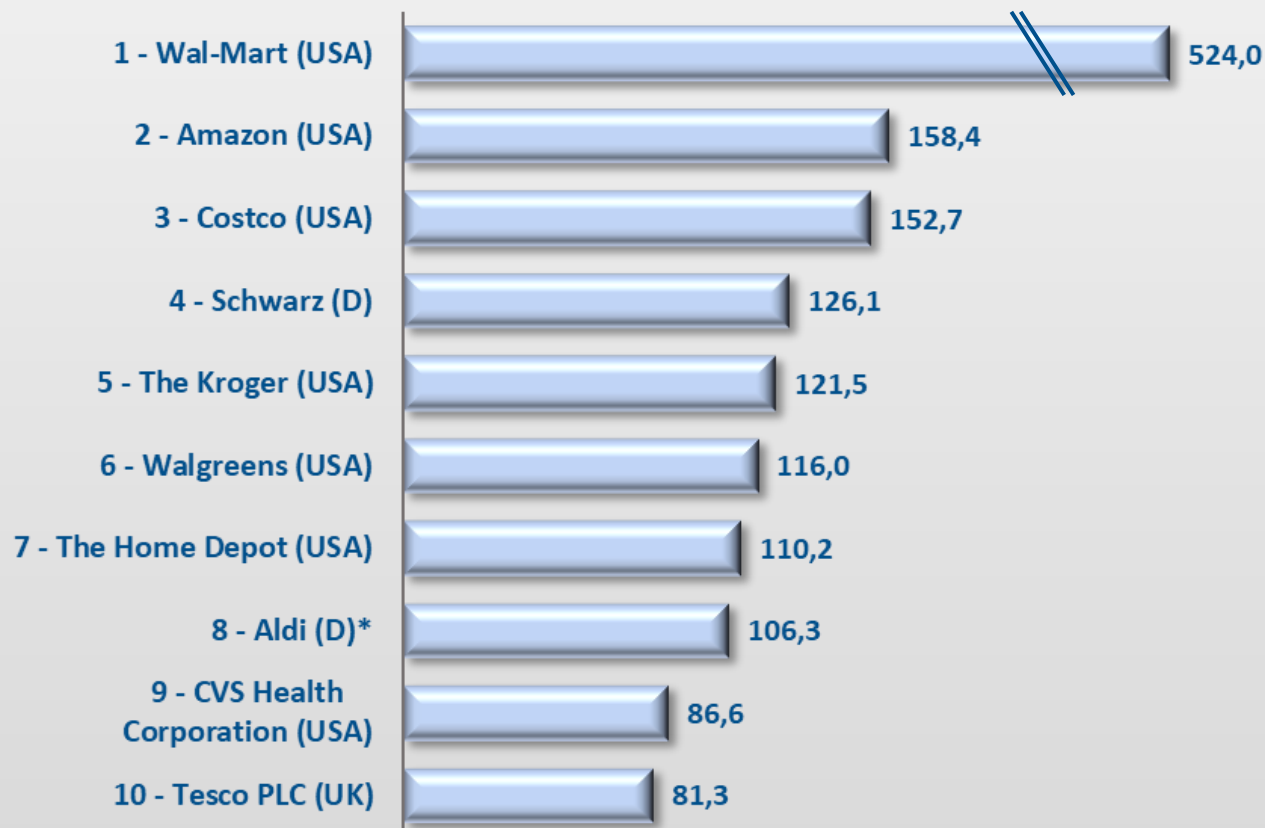
SETTORE ALIMENTARE

IPER: UNA FORMULA PIÙ PRESENTE AL NORD
 Superficie di vendita (mq) per 1.000 abitanti



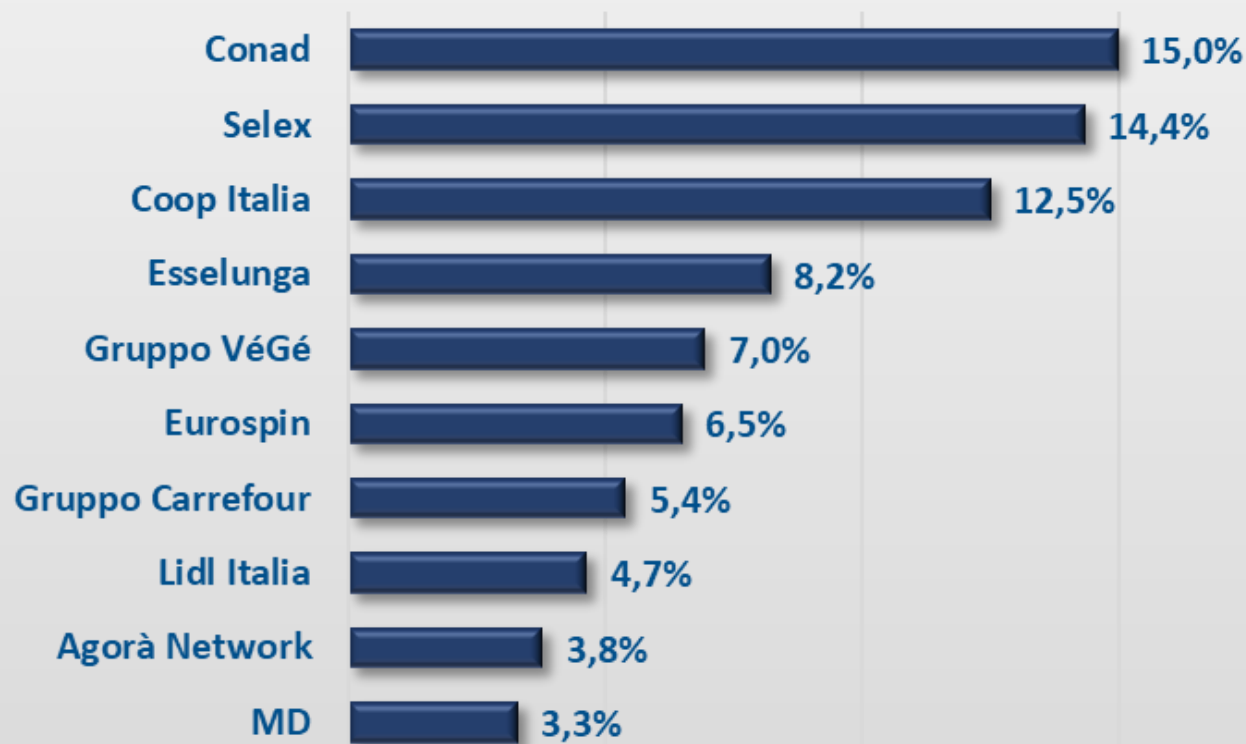
SETTORE ALIMENTARE

GRANDI DISTRIBUTORI INTERNAZIONALI Fatturato 2019 (miliardi \$)**



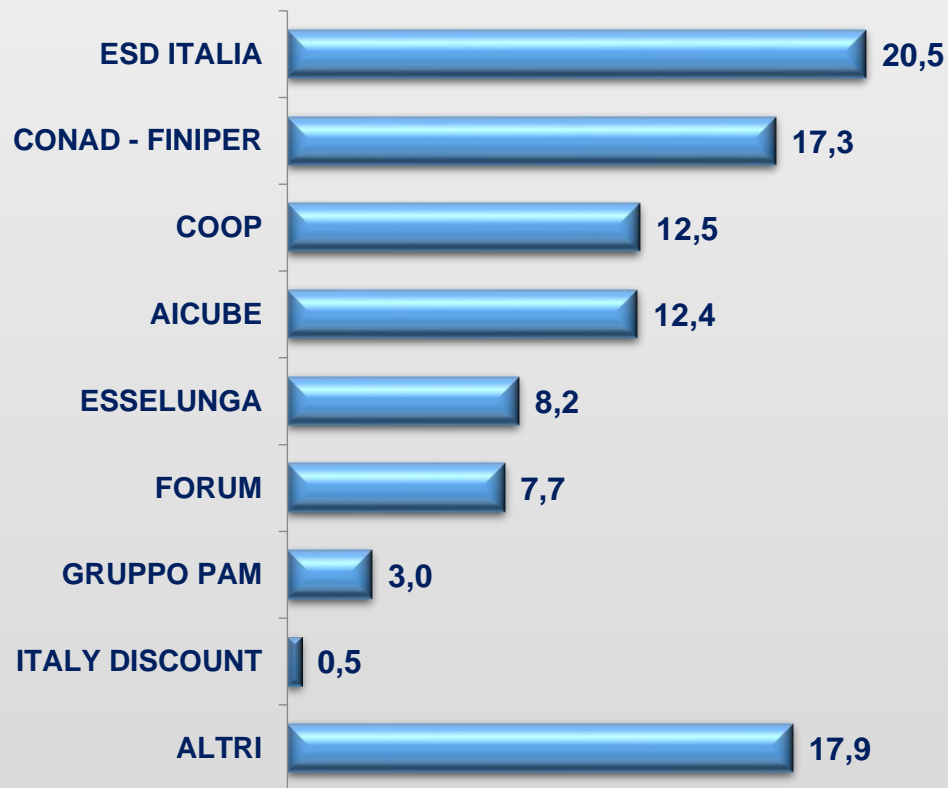
SETTORE ALIMENTARE

ITALIA - GRUPPI DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE
Quote di mercato 2020: i primi 10 Gruppi (% su GDO totale fatturato)



SETTORE ALIMENTARE

LA RISPOSTA ALLE CONTENUTE DIMENSIONI DI IMPRESA:
LE CENTRALI D'ACQUISTO
Quote su totale fatturato 2020



Gruppi di riferimento

Selex – Agorà – Aspiag

Conad – Finiper

Coop

Végé – Carrefour

Esselunga

Crai – D.IT – C3 – Despar Servizi –
Coralis – Leader Price

Gruppo PAM

Italy Discount

Eurospin – Lidl – MD – Rewe – Altri

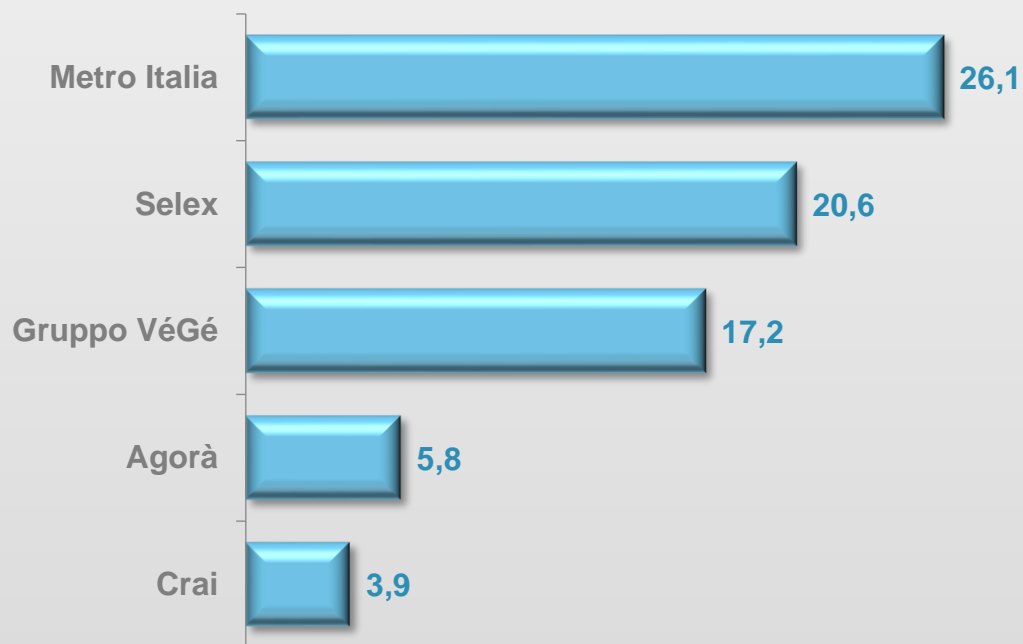
SETTORE ALIMENTARE

IL CANALE CASH & CARRY IN ITALIA

	2020
Numero punti di vendita	379
Superficie Tot. (1.000 mq)	1.501,9
Superficie media (mq)	3.963
Numero imprese	71
Fatturato LCC (Mld euro)	3,6

SETTORE ALIMENTARE

IL CANALE CASH & CARRY IN ITALIA PRIMI 5 DISTRIBUTORI IN ITALIA Quote di mercato (% LCC) – 2020

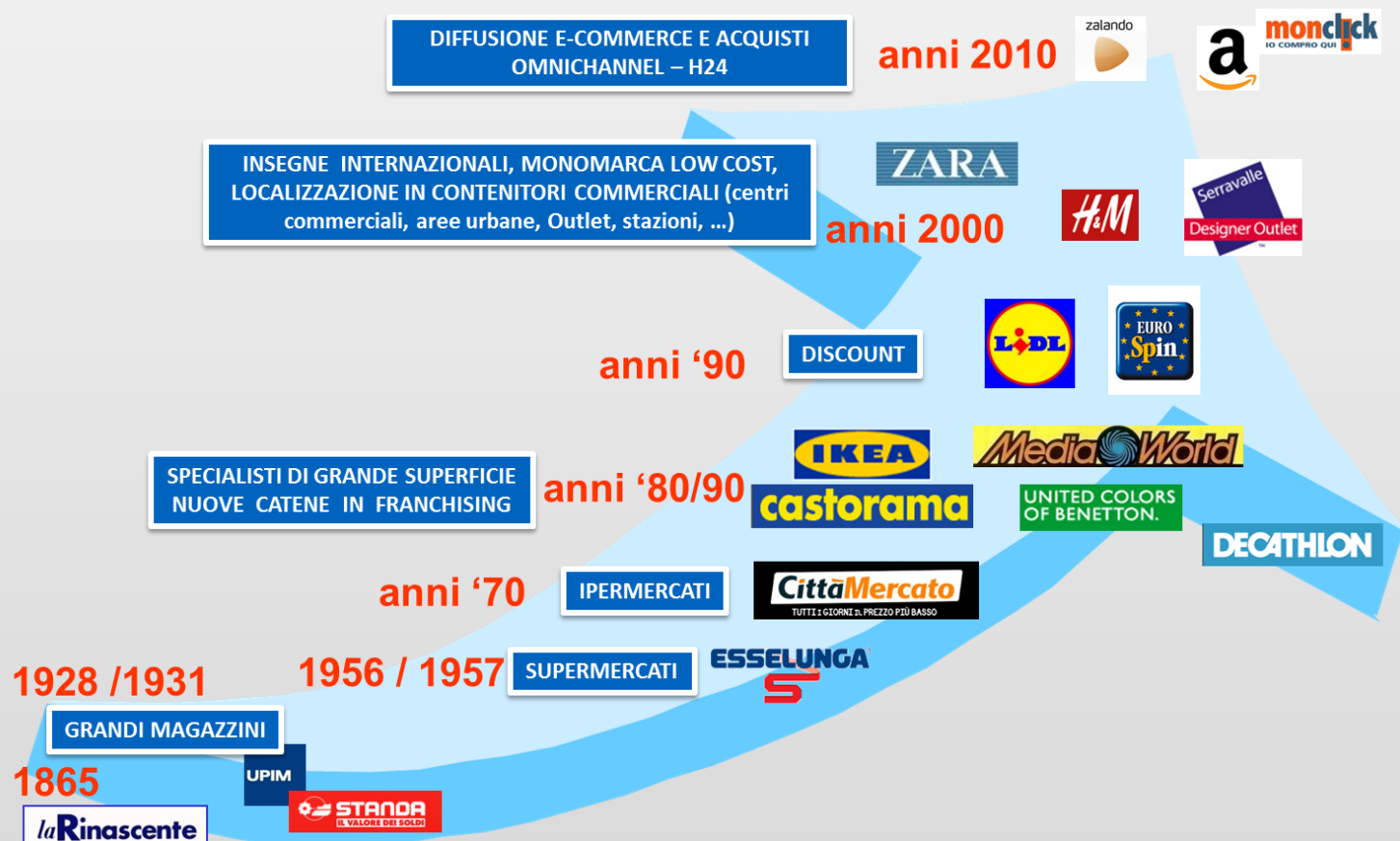


Punti vendita

50 (+1)
89 (+7)
56 (+6)
23
17

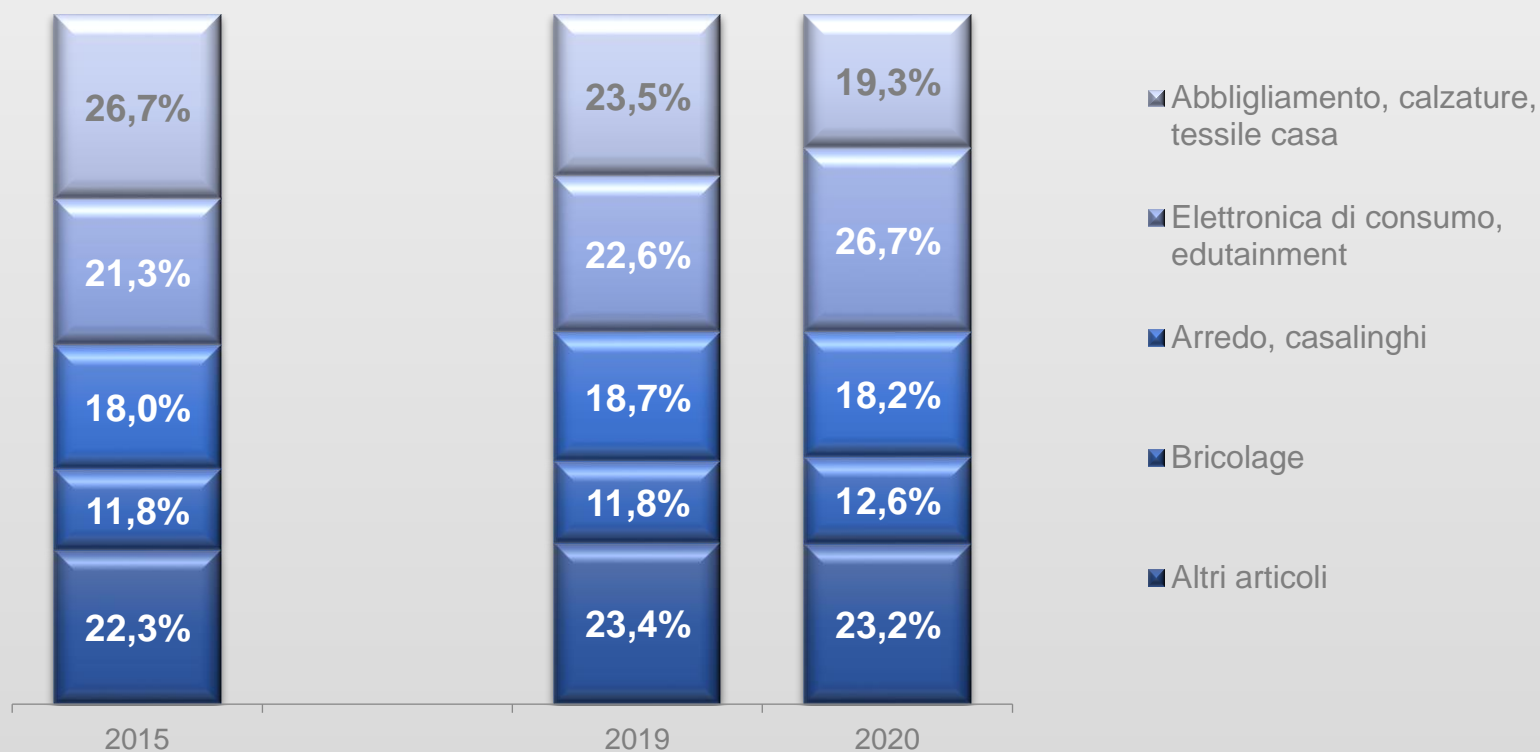
SETTORE NON ALIMENTARE

LO SVILUPPO DEI COMPETITORS



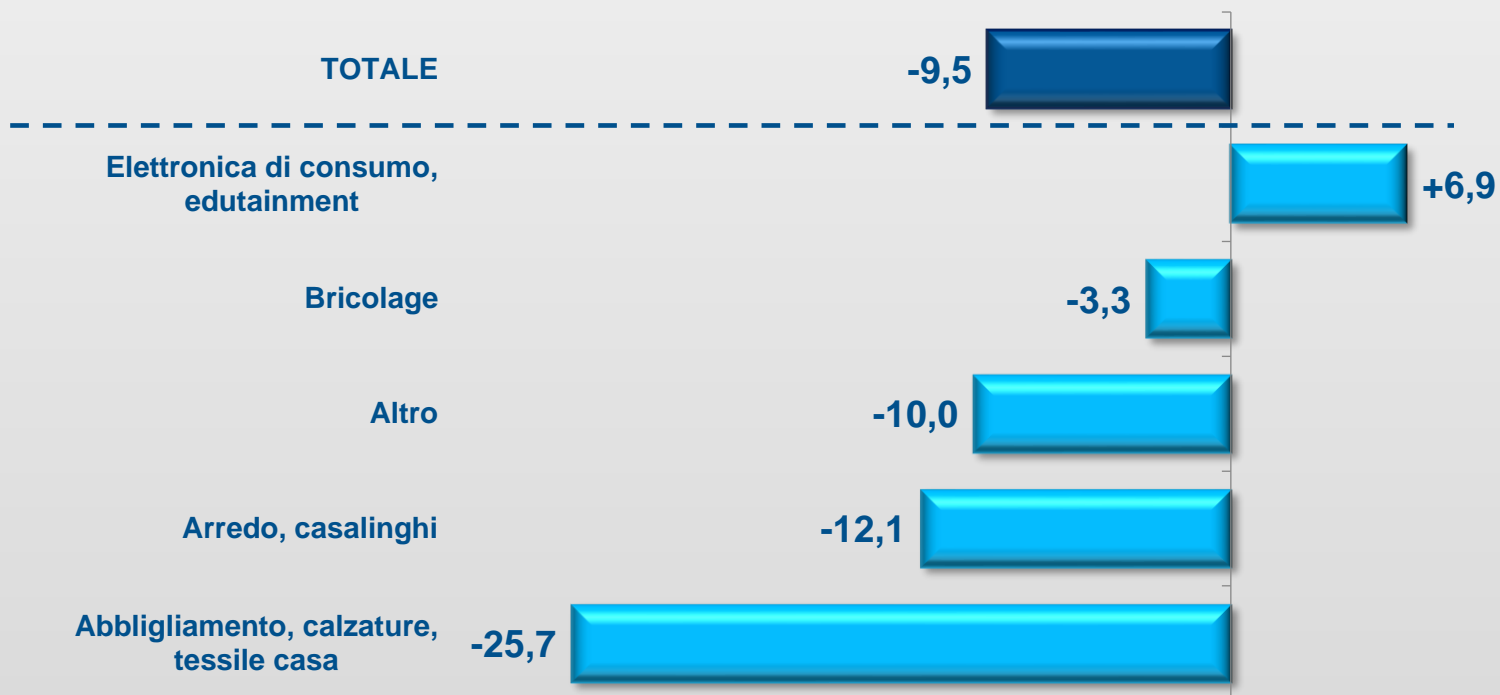
SETTORE NON ALIMENTARE

EVOLUZIONE DEI COMPARTI NON FOOD Composizione in valori (in percentuale)



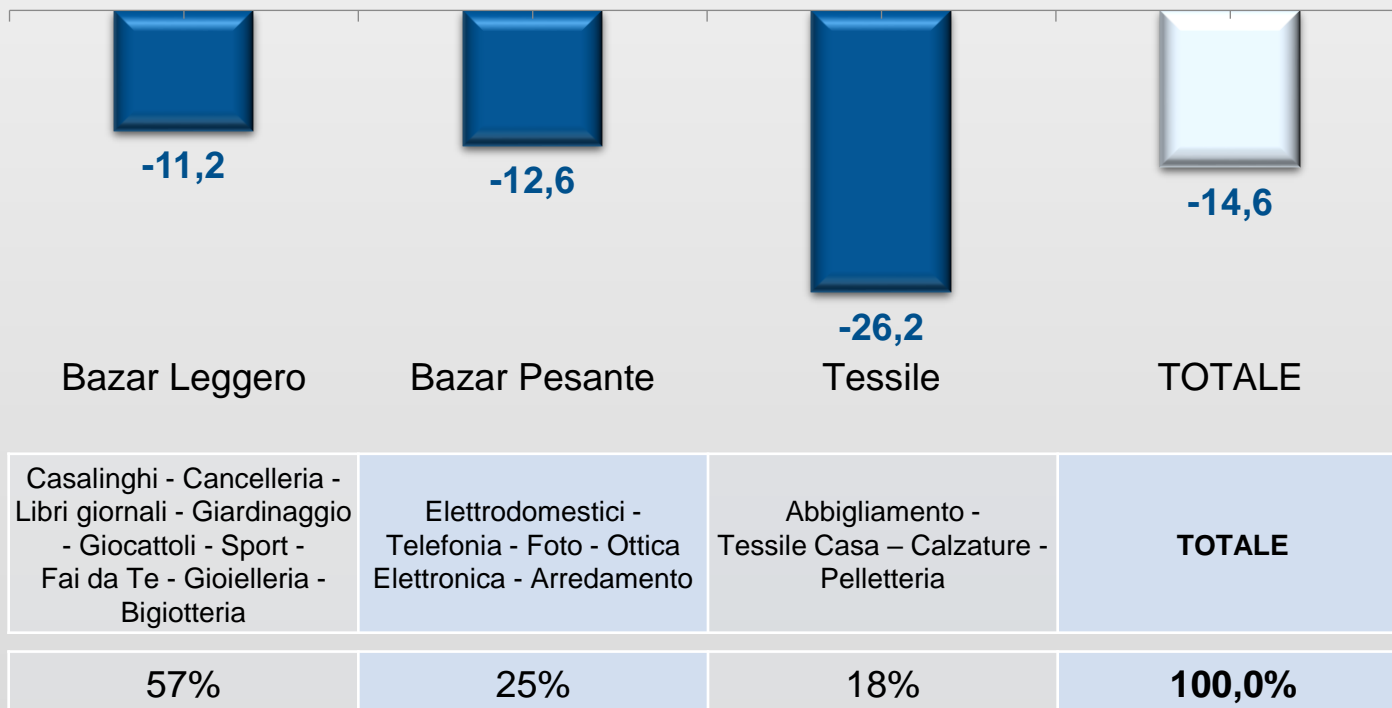
SETTORE NON ALIMENTARE

EVOLUZIONE DEI COMPARTI NON FOOD
ABBIGLIAMENTO, CALZATURE E TESSILE CASA
2020 vs 2019 – Variazioni percentuali a valore



SETTORE NON ALIMENTARE

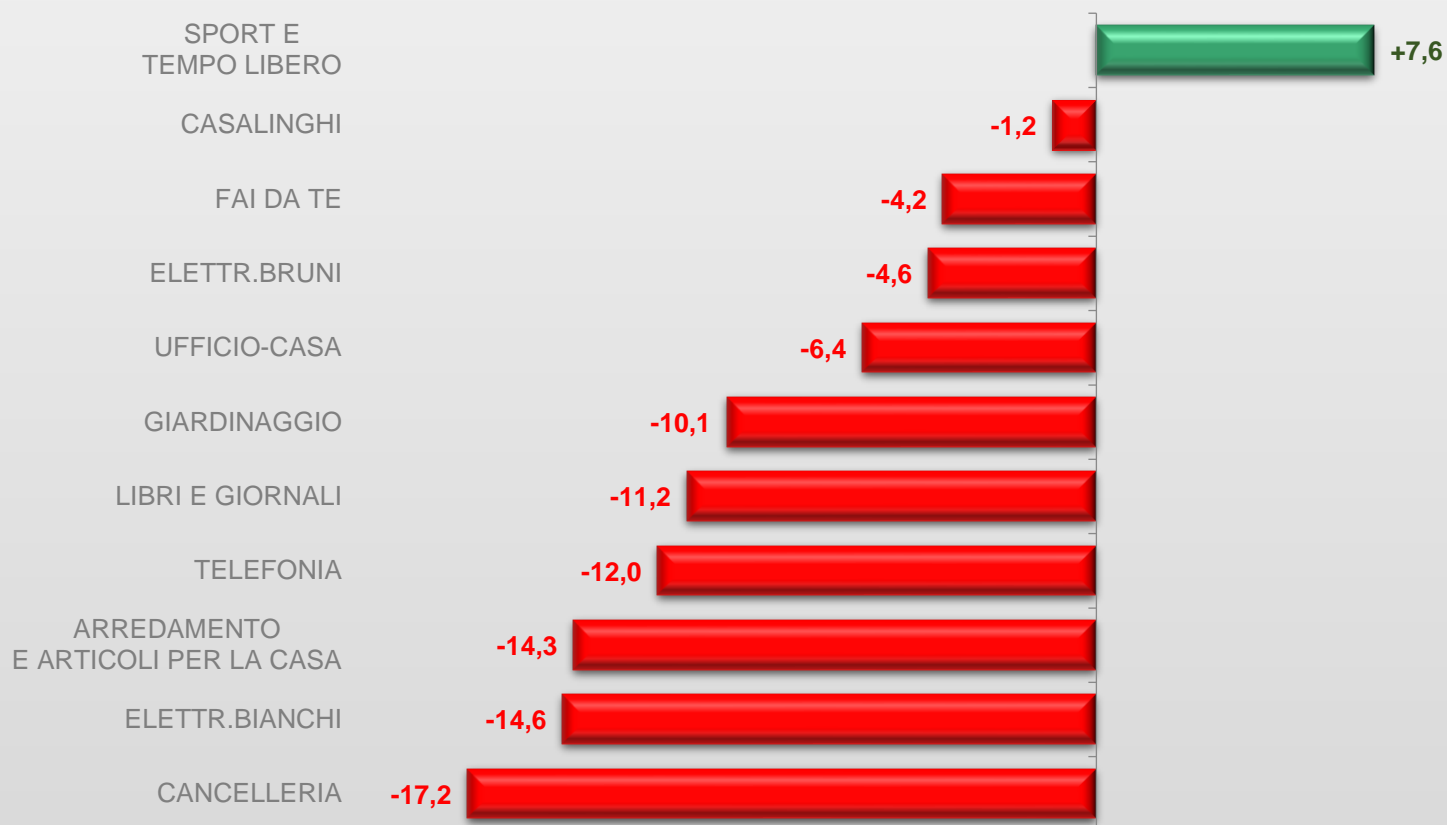
TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)
2020 vs 2019 – Variazioni percentuali a valore



PESO DEI COMPARTI

SETTORE NON ALIMENTARE

TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)
2020 vs 2019 – Variazioni percentuali a valore



SETTORE NON ALIMENTARE

TREND VENDITE NON FOOD (IPER + SUPER)
2020 vs 2019 – Variazioni percentuali a valore

