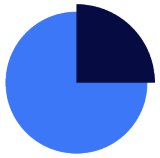
# Top4Top 2.0

Anno 19°-  n° 11 – Novembre 2023

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Contenuti



## Andamento dei fatturati della distribuzione:

- Trend a rete corrente (Totale Negozio)
- Trend a rete costante (parità)
- I canali: Omnichannel - Ip+Sup+Lis – Iper>4500, Iper 2500-4500, Super, Lis, Discount, Specialisti Drug, Ecommerce
- Le aree geografiche
- I settori merceologici



## Andamento dei beni FRESCO (PI+PV)

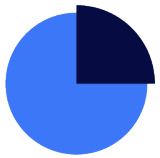


## Andamento dei beni GROCERY

- Trend delle vendite a valore e volume:
  - I Canali: Omnichannel – Ip+Sup+Lis - Iper>4500 , Iper 2500-4500 , Super , Lib Serv , Discount , Specialisti Drug, Ecommerce
  - Le aree e le regioni (I+S)
  - I Settori merceologici
  - Categorie: top e bottom trend

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Contenuti



## I Prezzi

- Prezzi medi, inflazione e variazioni di mix
- Le variazioni sulla scala prezzi



## Le Promozioni

- Utilizzo della leva promozionale
- Tipologie promozionali



## Assortimenti, MDD e Marca Nazionale

- Nuovi prodotti: numerosità e contributo
- Andamento delle vendite per tipologia di marca
- La marca del distributore: quota e posizionamento di prezzo

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Le fonti

## Trade*Mis - Totale Negozio

- Servizio a Totale Fatturato, si arricchisce delle merceologie non food e dei freschi a peso variabile, con livello massimo di dettaglio al comparto.
- La composizione del venduto, a rete corrente, copre totalmente le aree merceologiche del Fresco, Tessile, Bazar Pesante e Bazar Leggero. Fornisce quindi un'informazione ampia e articolata sull'andamento complessivo del punto di vendita.

## Like4like

- Il trend di mercato è calcolato su basi comuni (like for like) e fornisce un'indicazione di andamento dei mercati a parità di rete, depurando gli effetti di crescita legati alle nuove aperture.
- Le stime di crescita sono riferite al Totale Fatturato realizzato dai punti di vendita presi in esame, comprese le merceologie Non Food e Fresco Peso Variabile.

## Trade*Mis – FMCG

- Sistema informativo di Marketing, a rete corrente, che permette di confrontare le performance del distributore con il mercato di riferimento relativamente al Grocery confezionato.

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Key findings – Novembre 2023

- A Novembre 2023 i fatturati della distribuzione a Totale Italia Omnichannel fanno registrare un trend positivo (+4,1%) rispetto alle performance dell'anno scorso. Crescono tutti i format distributivi, con Liberi Servizi (+0%), i Supermercati (+4,5%), Iper>4.500mq (+0,9%), i Superstore (+3,8%), i Discount (+5,5%), gli Specialisti Drug (+10,3%) e Ecommerce (+5,2%).

- A parità di rete, il mese di Novembre è positivo a Totale Italia Omnichannel (+2,8%) e per tutti i canali: Liberi Servizi (+1,7%), Supermercati (+4%), Superstore (+1,7%) , Discount (+1,3%), Specialisti Drug (+4,7%), Iper>4500mq (+1,5%) e Ecommerce (+4%).

- A totale negozio, si registrano i seguenti trend: Fresco (PI+PV) (+4,1%), LCC (+4,5%) e No Food (-4%).

- Il Fresco (PI+PV) risulta in crescita a Novembre in tutti i format distributivi, ad eccezione dell' Ecommerce (-0,5%) e Discount (+8,9%) che registrano rispettivamente il trend peggiore e migliore. A totale canali, le categorie più dinamiche sono state Frutta e Verdura (+11%) e Pane&Pasticceria&Pasta (+7,2%), mentre il trend più basso è registrato dalla Salumeria (+0,7%).

- Relativamente al grocery a Totale Italia Omnichannel, l'andamento a valore sul mese di Novembre è stato pari al +3,6% (-0,7% a volume).

- Tra le aree merceologiche, nel mese di Novembre la crescita è stata significativa nella categoria del Pets (9%) e del Food Confezionato (+4,9%). A livello di categoria, Olio di Oliva Vergine ed Extravergine, Yogurt Bianco e Gomme da Masticare sono stati i top comparti merceologici sul mese.

- A Novembre, la percentuale di vendite in promozione (totale Italia) si è attestata su un livello più alto rispetto allo stesso periodo del 2022 (22,5%, +1,2 pp).

- L' indice di inflazione a Novembre è in discesa rispetto al valore del mese precedente (5,8%) a Totale Italia Omnichannel. Al netto di una variazione negativa di 1,5% del mix del carrello della spesa, la variazione dei prezzi è risultata pari a 4,3%.

- A Novembre, la Marca del Distributore ha raggiunto la quota del 23% del LCC nel perimetro I+S+LS ed è stata pari al 32,2% a Totale Italia Omnichannel.

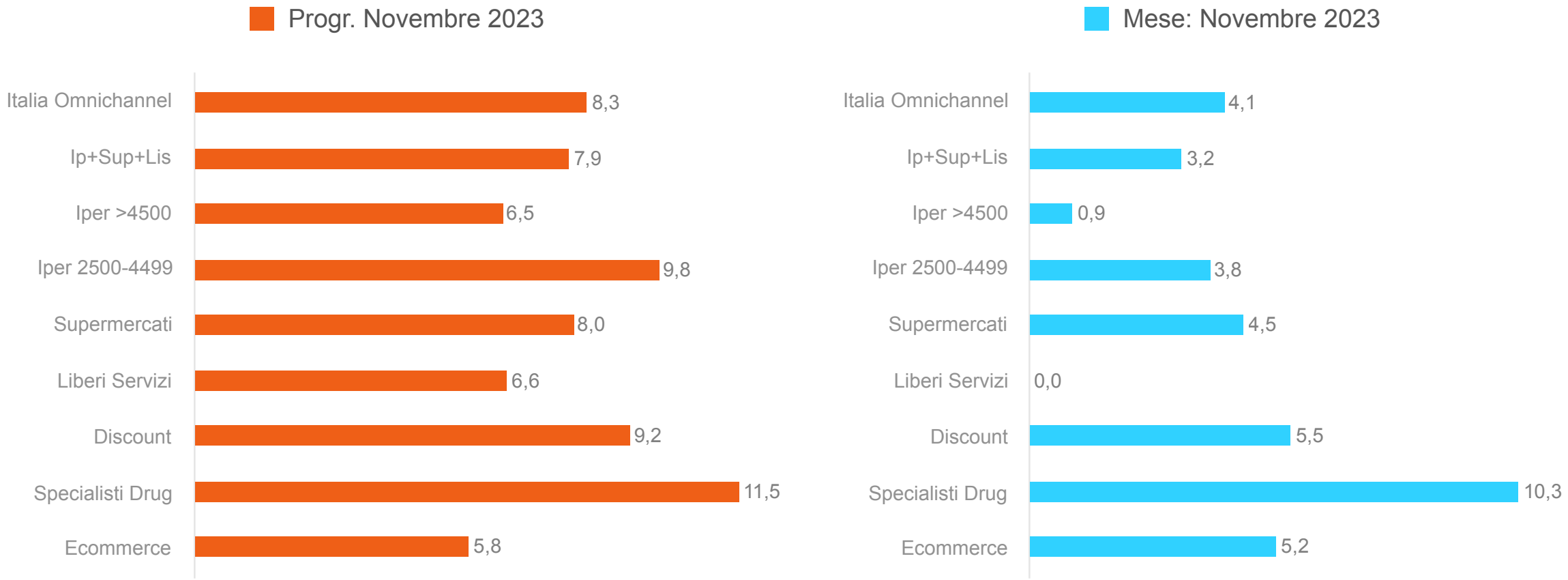
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Fatturati della distribuzione

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend totale fatturato – a rete corrente

## Variazioni a valore vs anno precedente nei canali

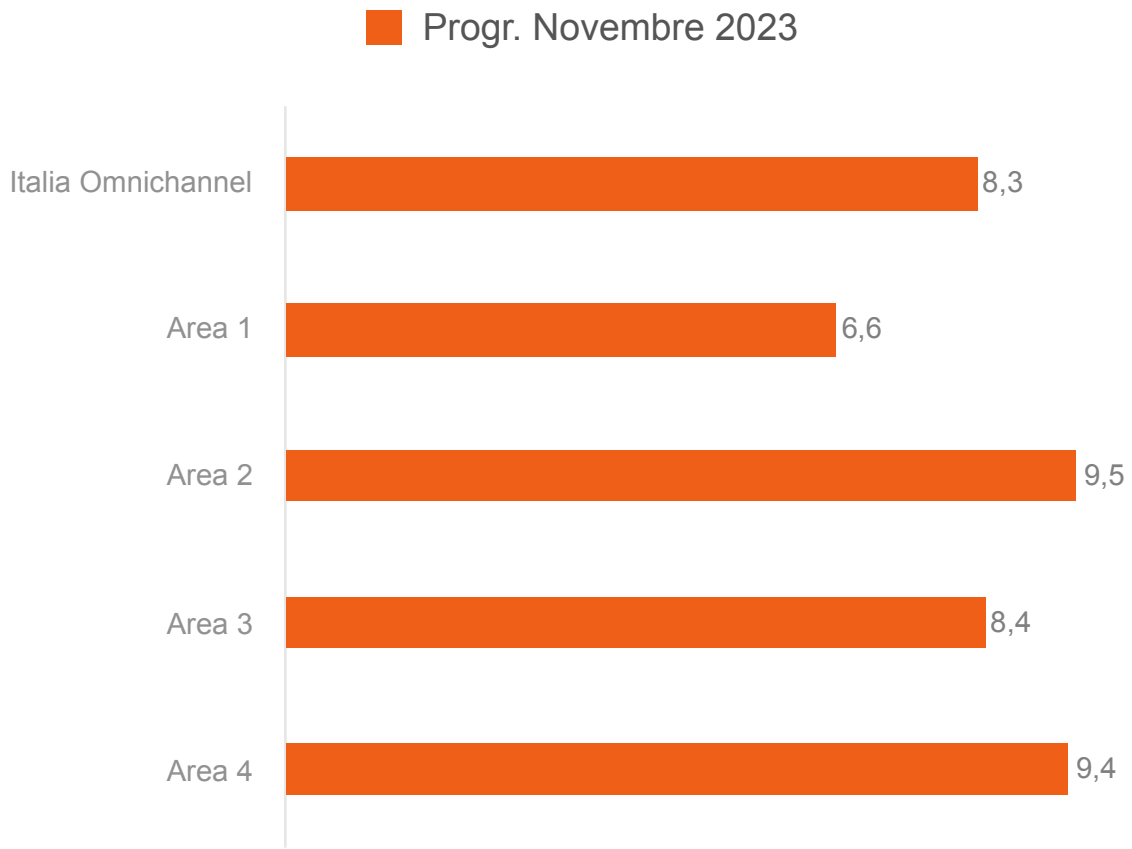


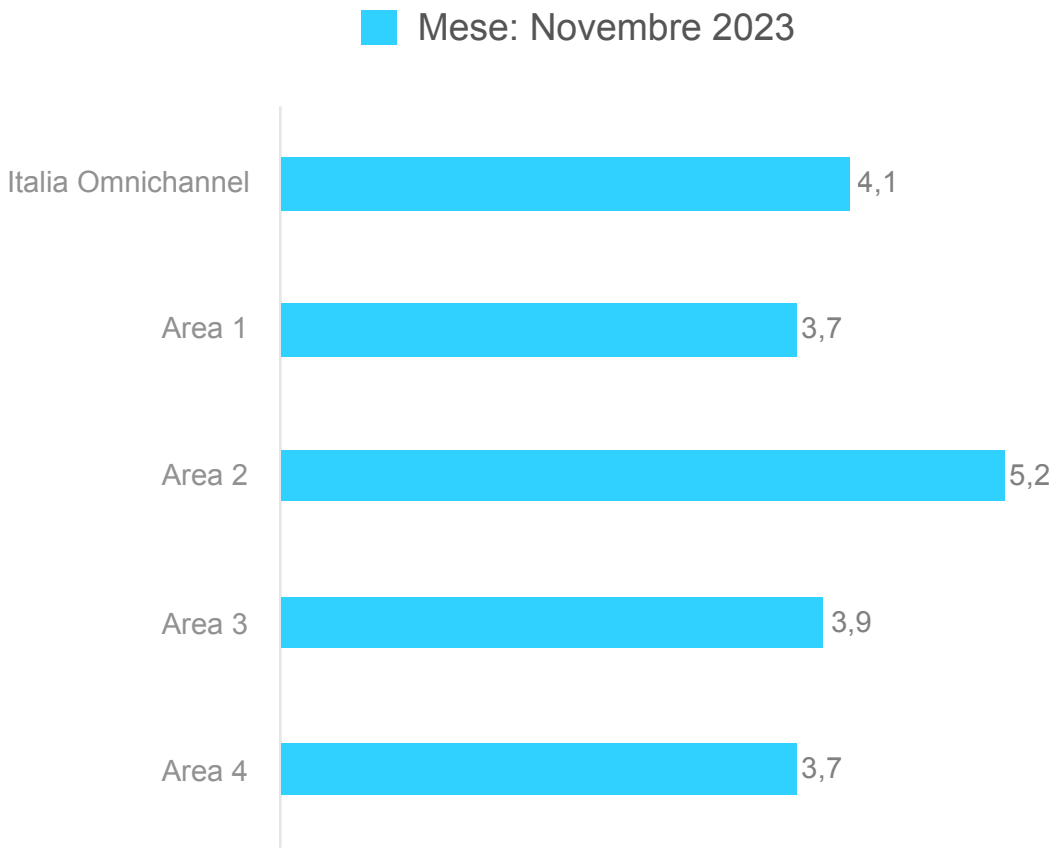

Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend totale fatturato – a rete corrente

## Variazioni a valore vs anno precedente nei canali




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio

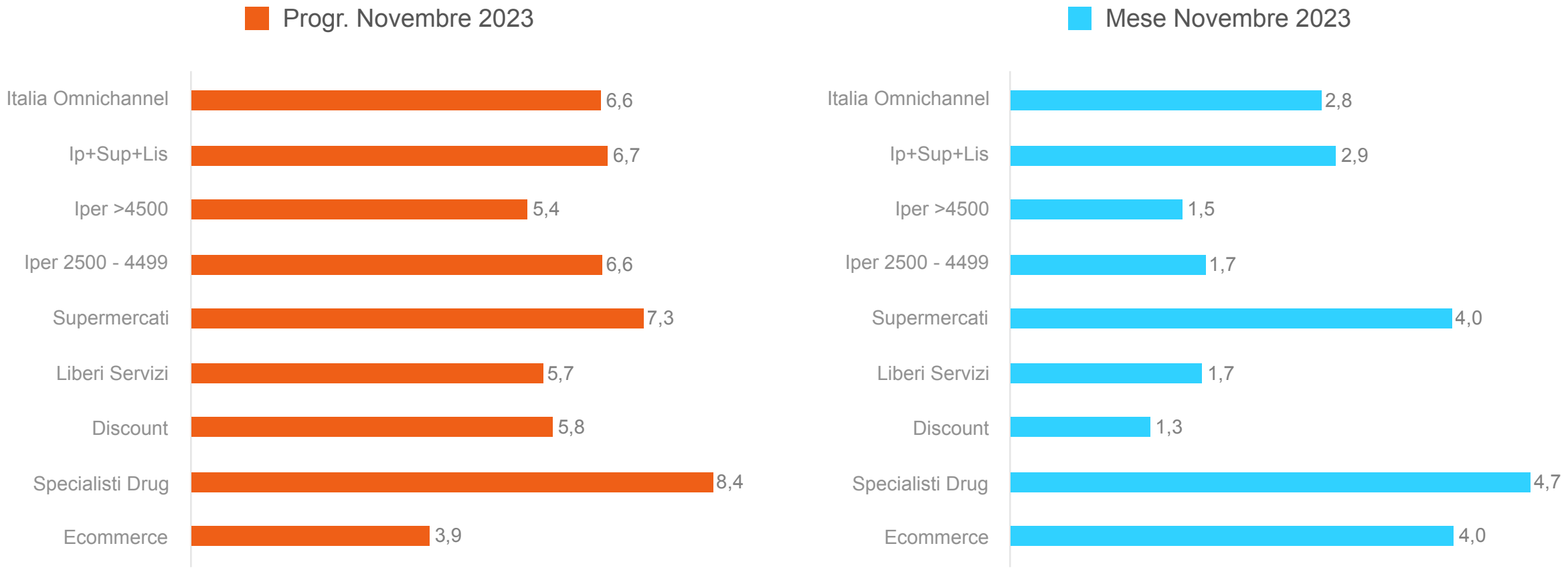
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# A parità di rete

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend totale fatturato – a parità

## Variazioni a valore vs anno precedente nei canali a rete costante

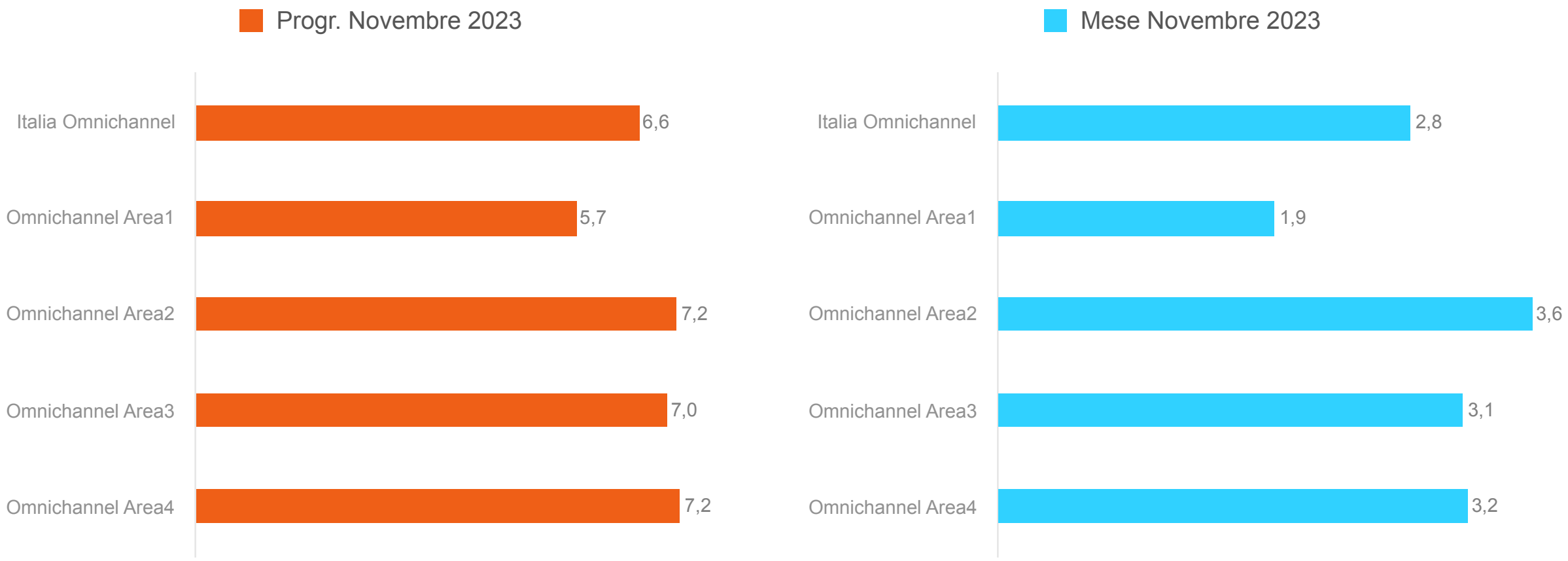



Fonte: NielsenIQLike4Like

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend totale fatturato – a parità

Variazioni a valore vs anno precedente nei canali a rete costante

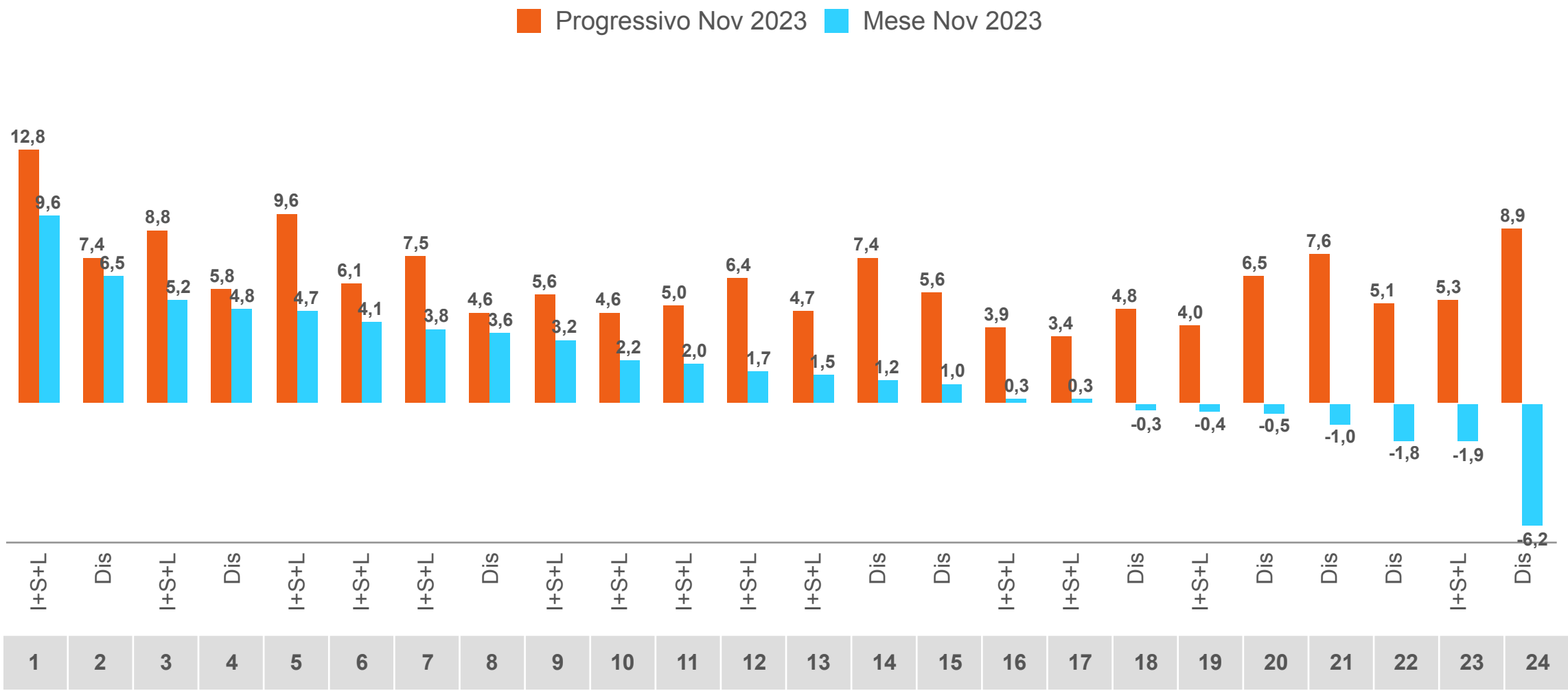



Fonte: NielsenIQLike4Like

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend a parità - totale fatturato per gruppo

Variazione a valore vs anno precedente a rete costante




Fonte: NielsenIQLike4Like

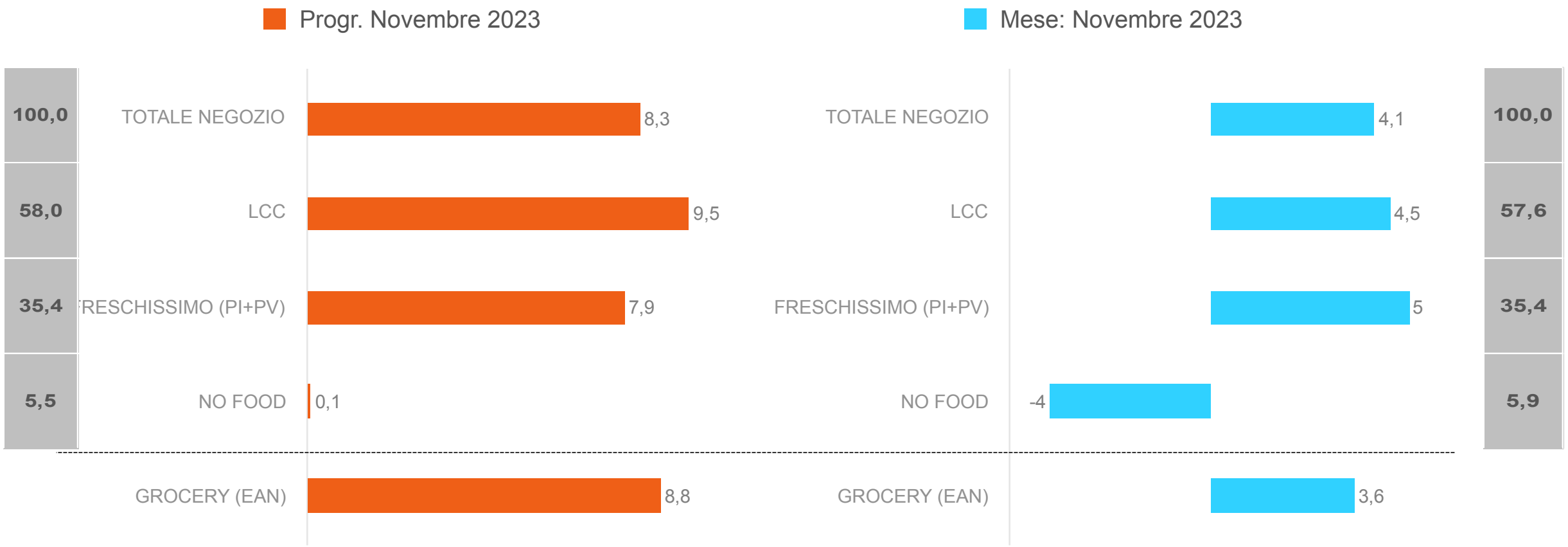
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I settori merceologici

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend per settore - totale fatturato

## Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio e Grocery a Totale Italia
FRESCHISSIMO= Peso Fisso + Peso Variabile dei Comparti: FRUTTA & VERDURA, MACELLERIA & POLLERIA, FORMAGGI, SALUMERIA, PANE &PASTICCERIA & PASTA, PESCHERIA e GASTRONOMIA.

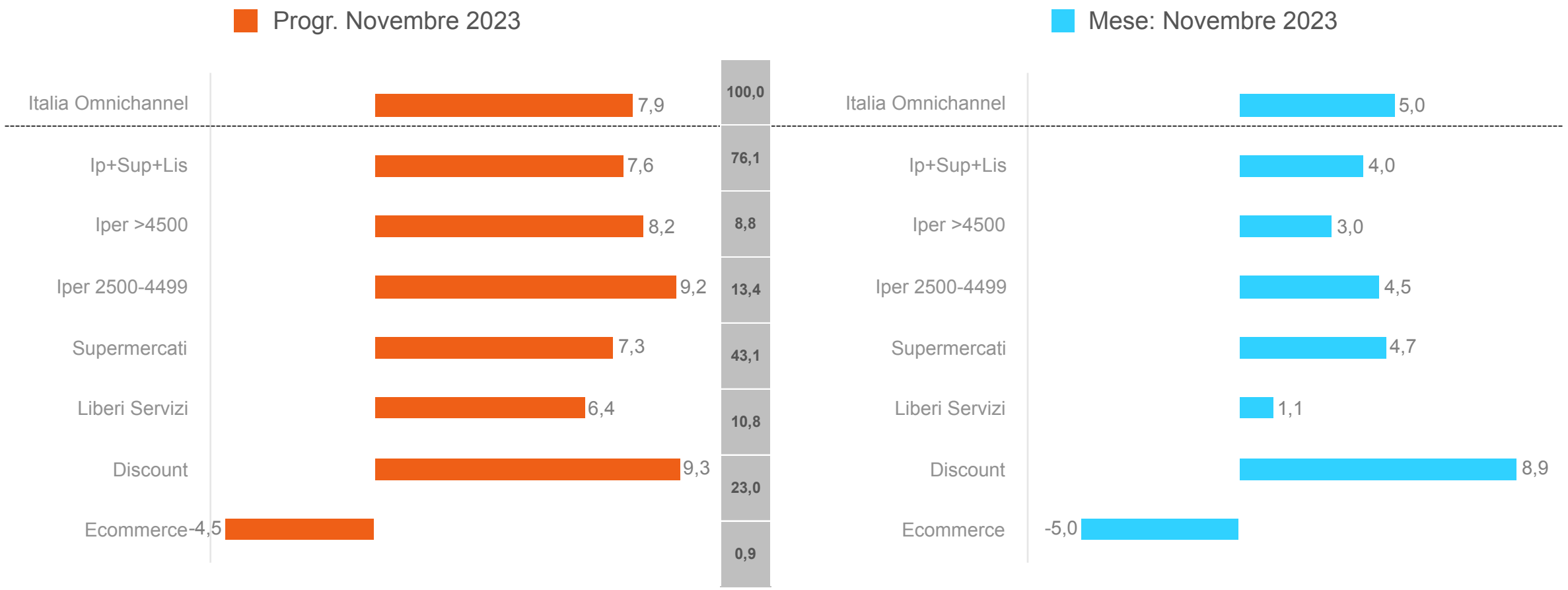
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Fresco PI+PV

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend del fresco (PI+PV) - i canali

## Variazioni % a rete corrente - vs anno precedente

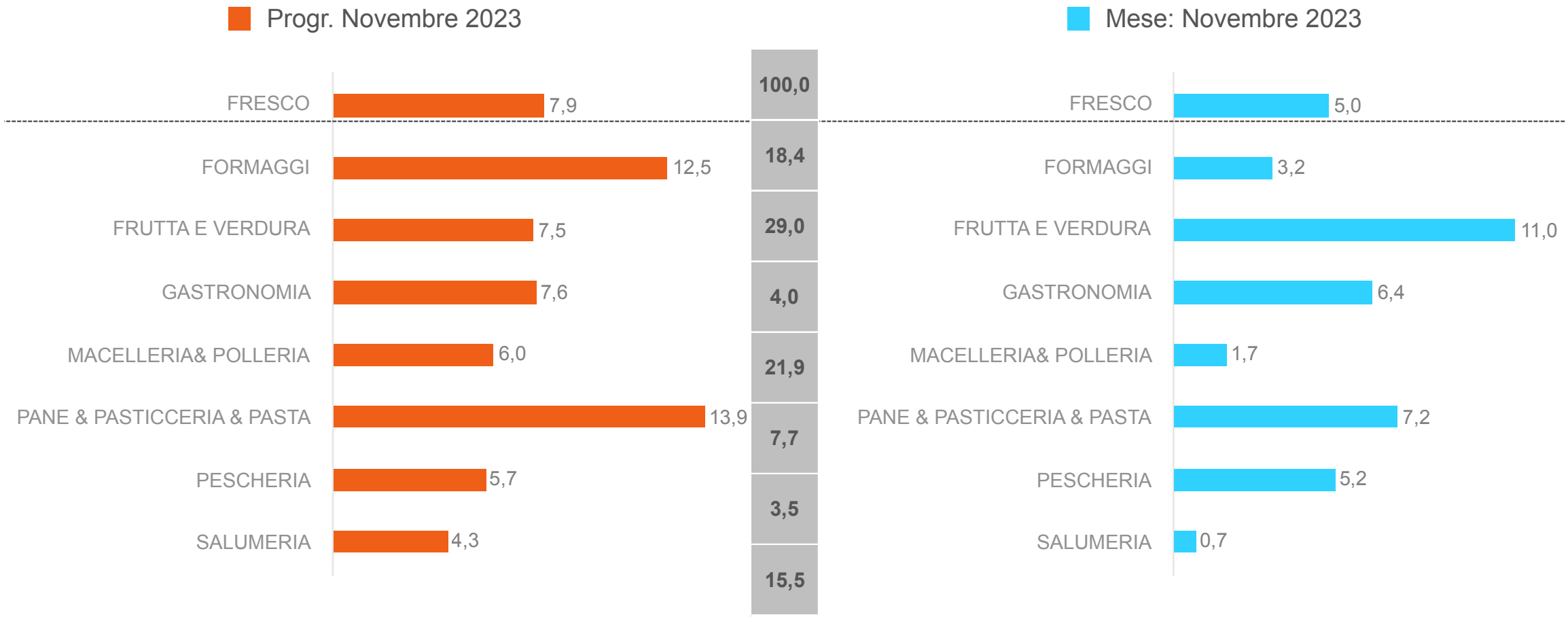



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Totale Negozio

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend – fresco (PI+PV) per area merceologica

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

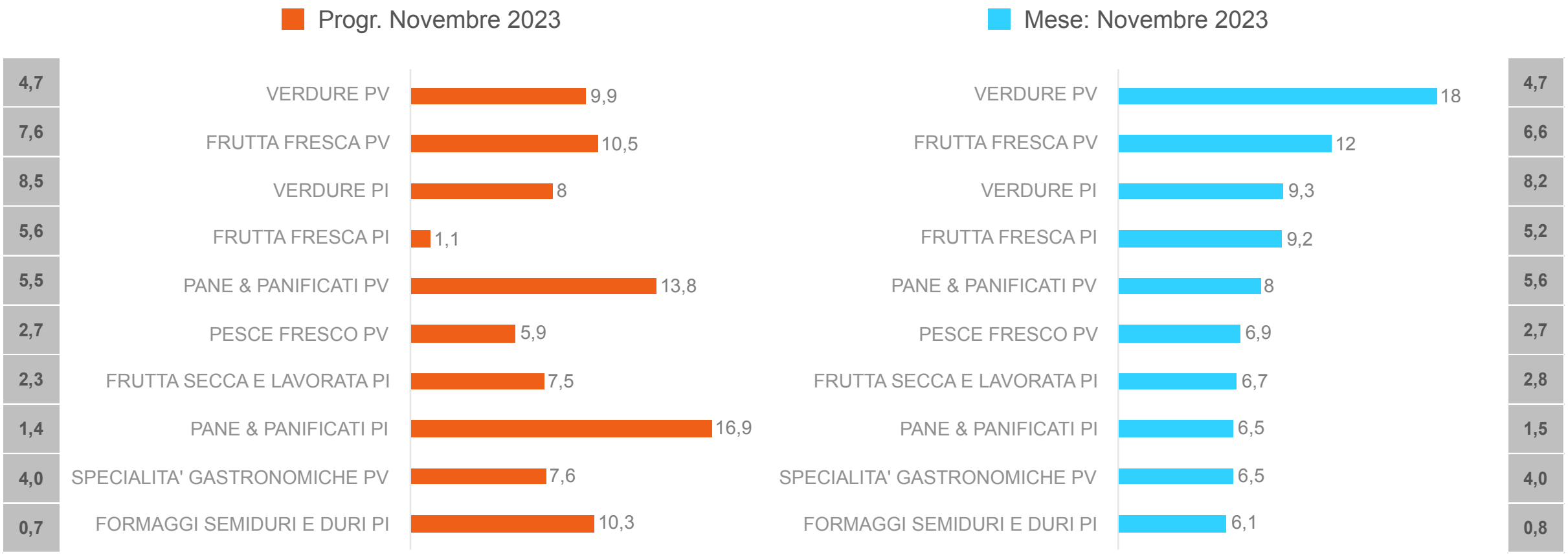



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Totale Negozio – Totale Italia

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend – fresco (PI+PV) per famiglia

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

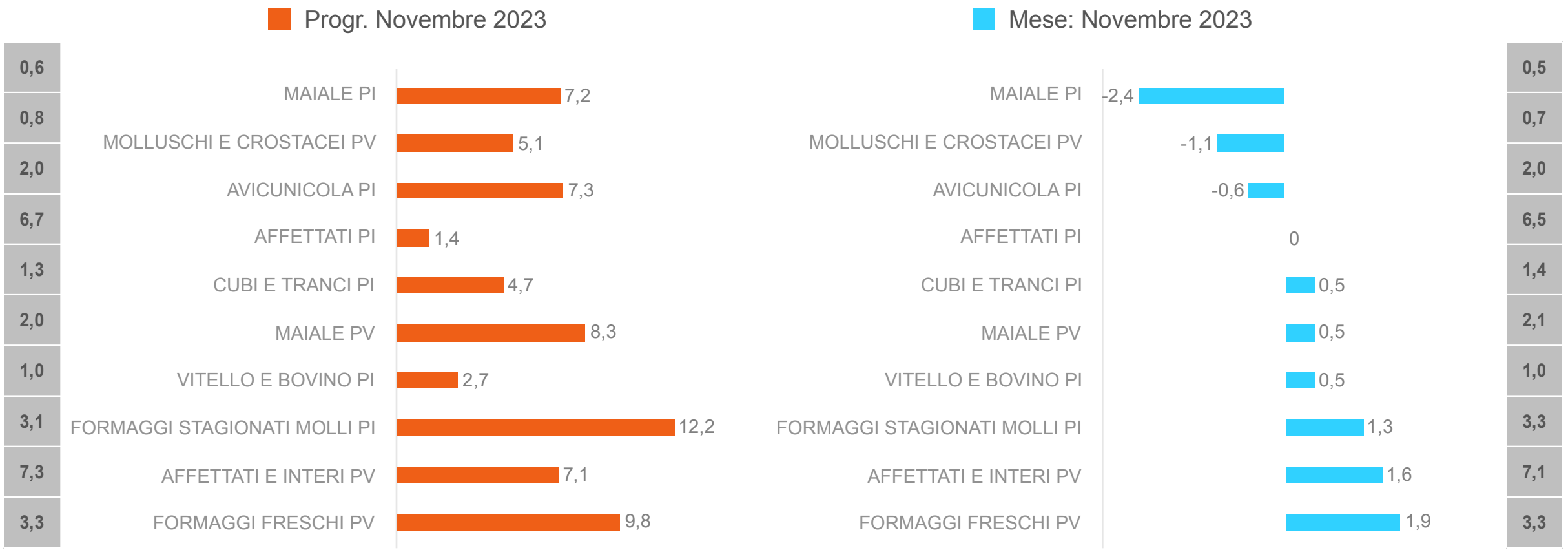



Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend – fresco (PI+PV) bottom per famiglia

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Trend – fresco (PI+PV) per regione

## Variazioni % a rete corrente - vs anno precedente



Fresco Progr. Novembre 2023

| REGIONE | Var % |
|---|---|
| LIGURIA | 8,5 |
| LOMBARDIA | 5,6 |
| PIEMONTE | 5,8 |
| VALLE D'AOSTA | 6,8 |
| EMILIA-ROMAGNA | 6,9 |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 10,5 |
| TRENTINO-ALTO ADIGE | 11,6 |
| VENETO | 9,7 |
| LAZIO | 8,8 |
| MARCHE | 9,4 |
| SARDEGNA | 9,1 |
| TOSCANA | 6,1 |
| UMBRIA | 5,6 |
| ABRUZZO | 8,3 |
| BASILICATA | 8,0 |
| CALABRIA | 8,7 |
| CAMPANIA | 15,1 |
| MOLISE | 7,9 |
| PUGLIA | 5,7 |
| SICILIA | 10,3 |
| ITALIA | 7,9 |

| Colore | Range | | |
|---|---|---|---|
| | Minore di | -2 | |
| | Compreso tra | -2 | -1 |
| | Compreso tra | -1 | 0 |
| | Maggiore di | 0,0 | |

Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio - Omnichannel

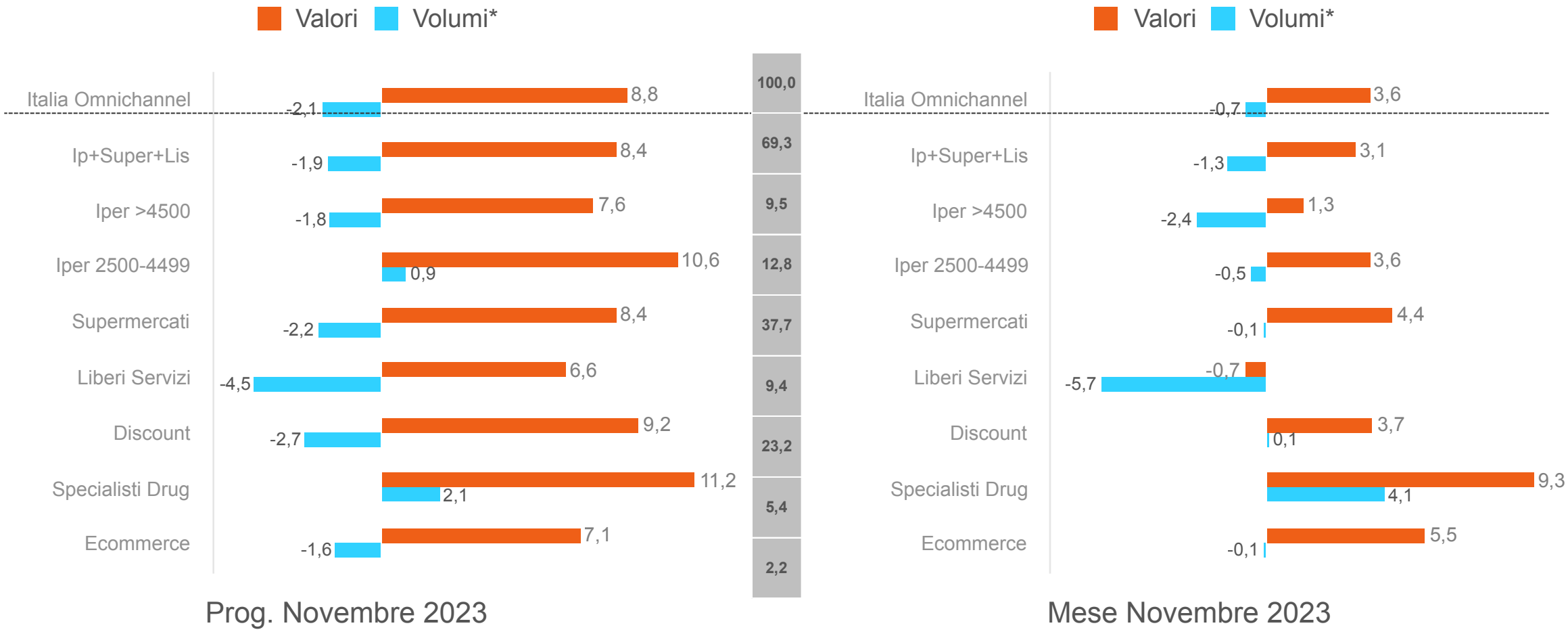
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I prodotti grocery

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend del totale grocery - i canali

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

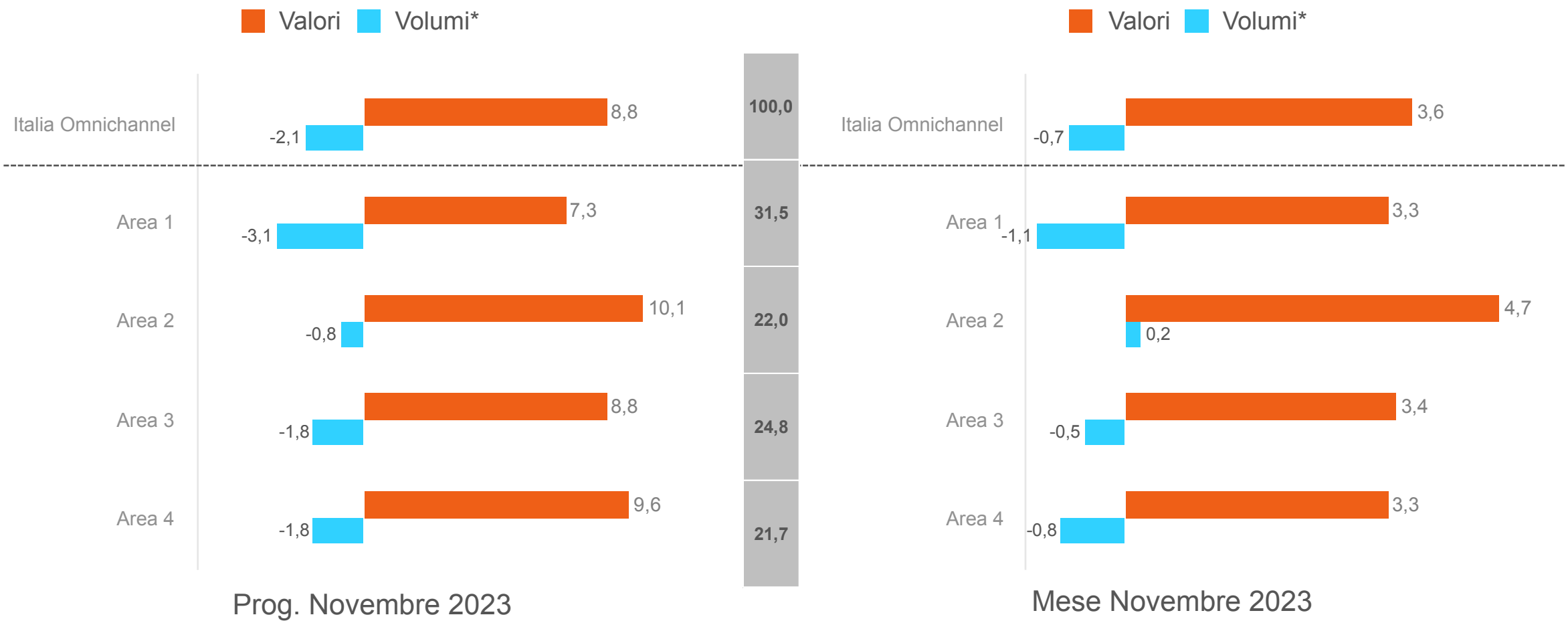



Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I trend del totale grocery per area geografica

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




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Trend – tot grocery per regione

## Variazioni % a rete corrente - vs anno precedente



Grocery Progr. Novembre 2023

| REGIONE | Var % |
|---|---|
| LIGURIA | 9,3 |
| LOMBARDIA | 7,3 |
| PIEMONTE | 6,6 |
| VALLE D'AOSTA | 6,6 |
| EMILIA-ROMAGNA | 8,2 |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 11,7 |
| TRENTINO-ALTO ADIGE | 13,5 |
| VENETO | 10,6 |
| LAZIO | 9,1 |
| MARCHE | 9,5 |
| SARDEGNA | 10,2 |
| TOSCANA | 7,9 |
| UMBRIA | 6,9 |
| ABRUZZO | 7,6 |
| BASILICATA | 9,5 |
| CALABRIA | 10,5 |
| CAMPANIA | 12,0 |
| MOLISE | 7,2 |
| PUGLIA | 7,4 |
| SICILIA | 9,5 |
| ITALIA | 8,8 |

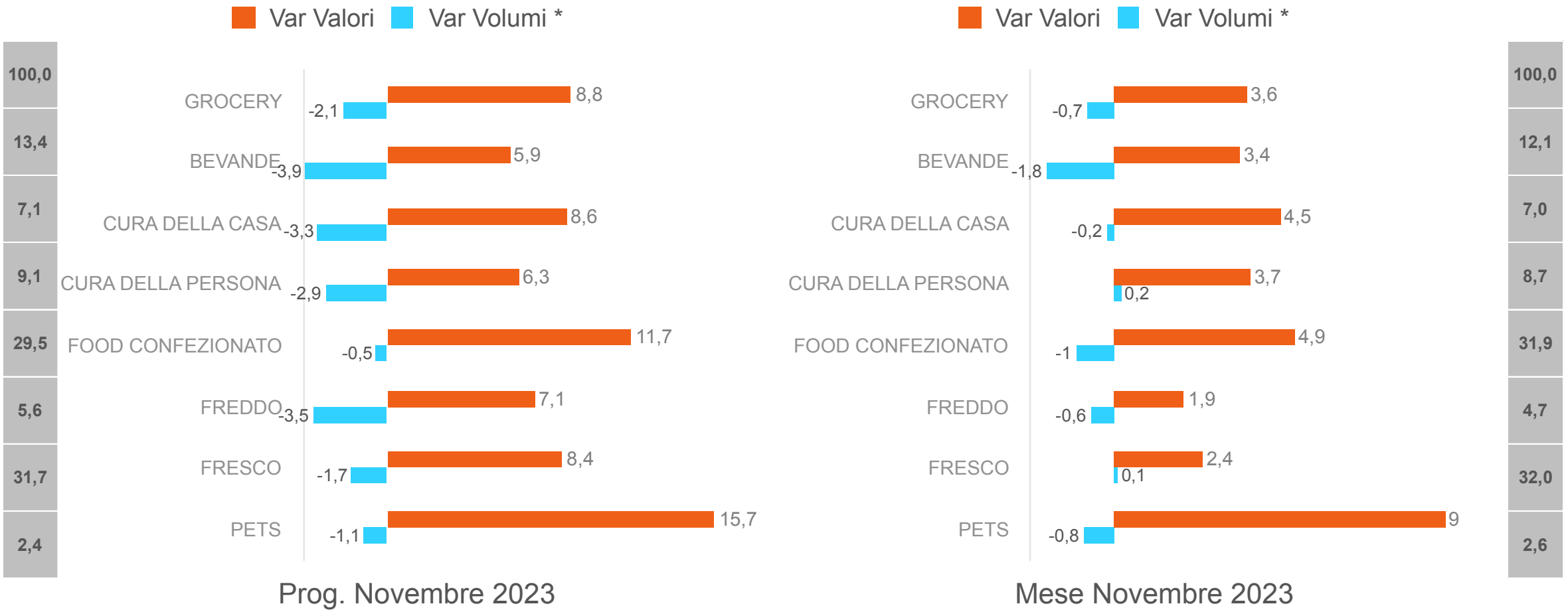
| Colore | Range | | |
|---|---|---|---|
| | Minore di | -2 | |
| | Compreso tra | -2 | -1 |
| | Compreso tra | -1 | 0 |
| | Maggiore di | 0,0 | |

Fonte: NielsenIQTrade*Mis Omnichannel

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend delle aree merceologiche – totale grocery

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

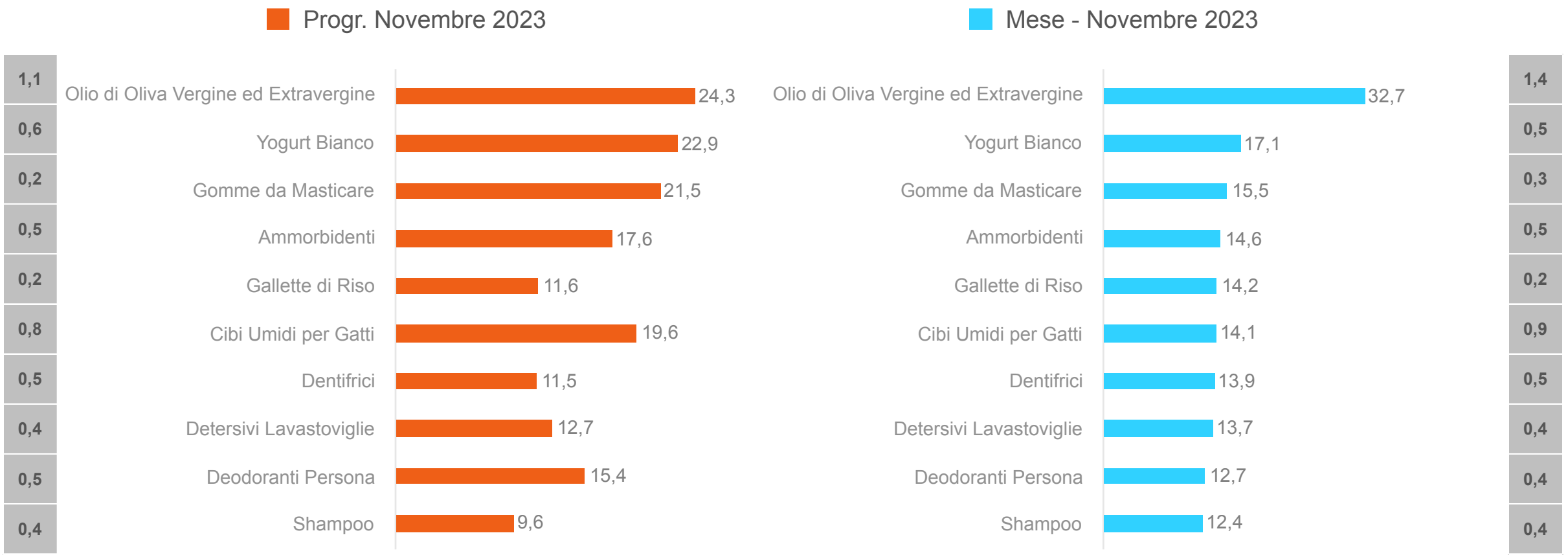



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Totale Italia
* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend per categoria - top ten del mese

## Variazioni % a rete corrente - Valori vs anno precedente

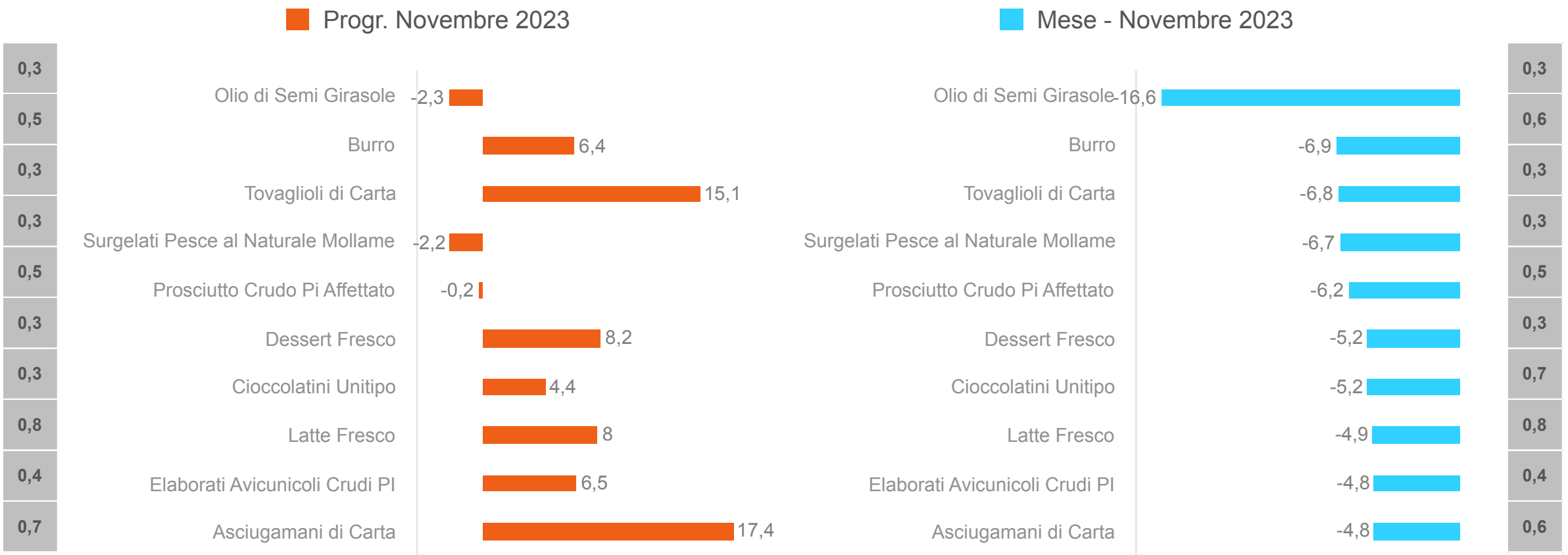



Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Italia
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0.2%)

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e trend per categoria - bottom ten del mese

Variazioni % a rete corrente - Valori vs anno precedente




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Italia
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0.2%)

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I prezzi

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Lettura degli indicatori



## Variazione dei Prezzi

Indicazione di come varia il prezzo medio dei prodotti acquistati in funzione di...



## Inflazione

Come varia il prezzo a parità di prodotti e quantità acquistate

(laspeyres)



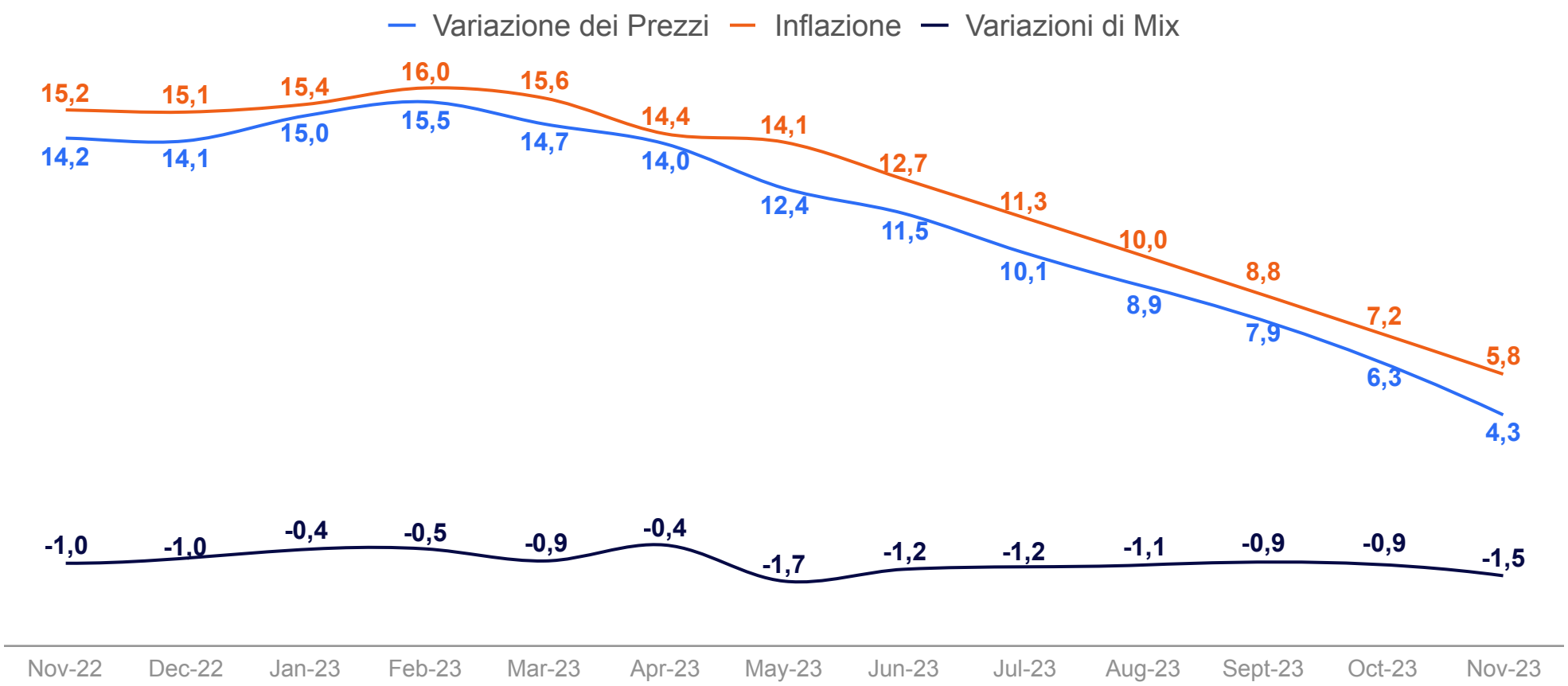
## Variazioni di Mix

Come varia il prezzo per effetto di variazioni di scelta dei consumatori sui prodotti e sulle quantità acquistate

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I prezzi a totale Italia Omnichannel

## Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati

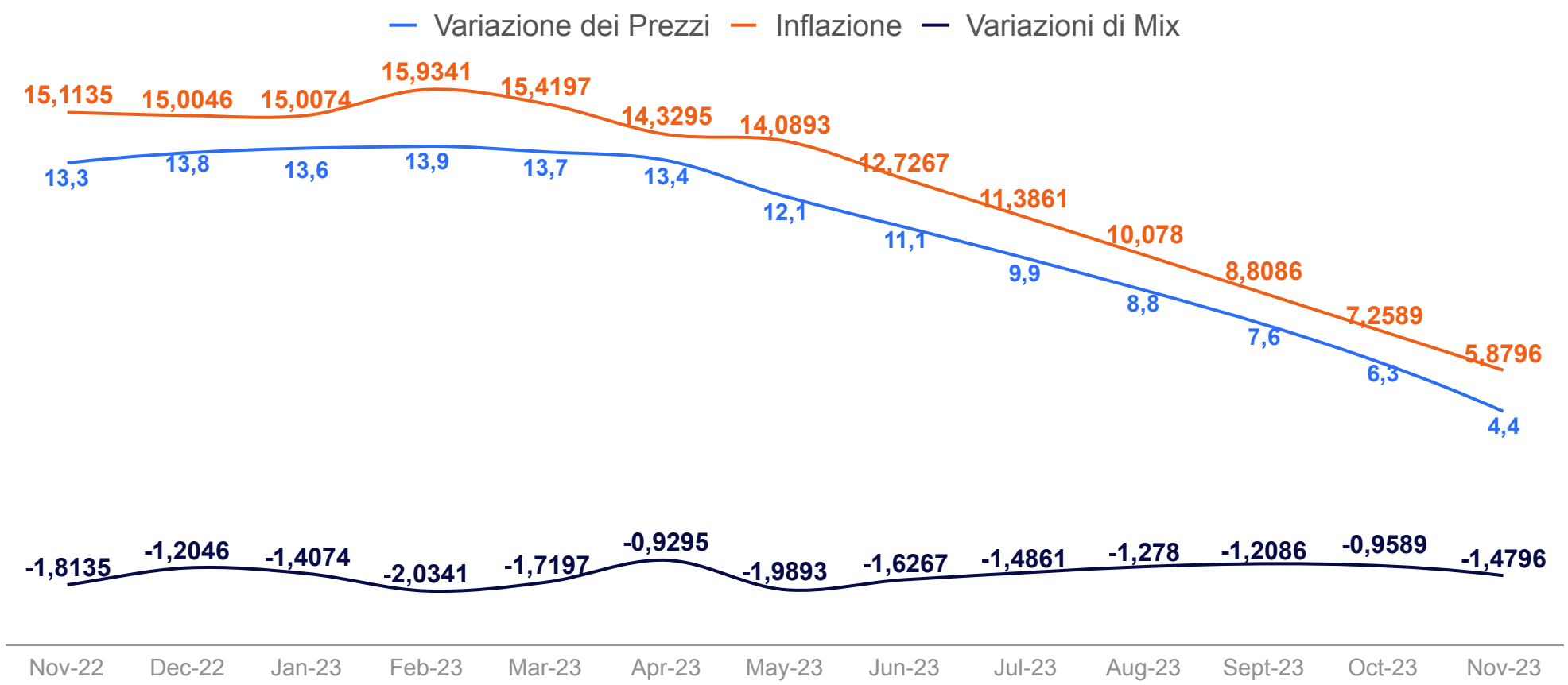



Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# I prezzi nel canale moderno Iper +Super + Libero Servizio

Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati

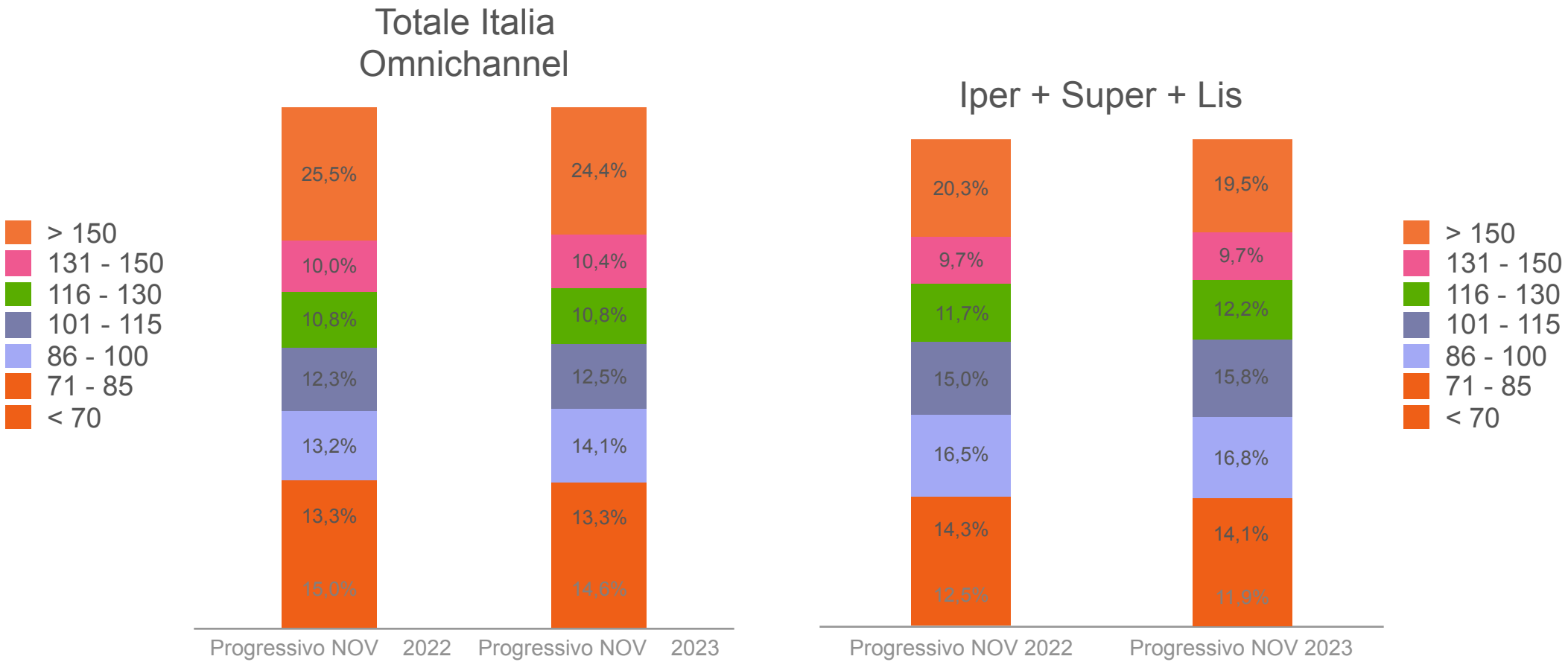



Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Le variazioni sulla scala prezzi

Totale Grocery - Incidenza % per fasce di Prezzo*




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* 100= media categoria

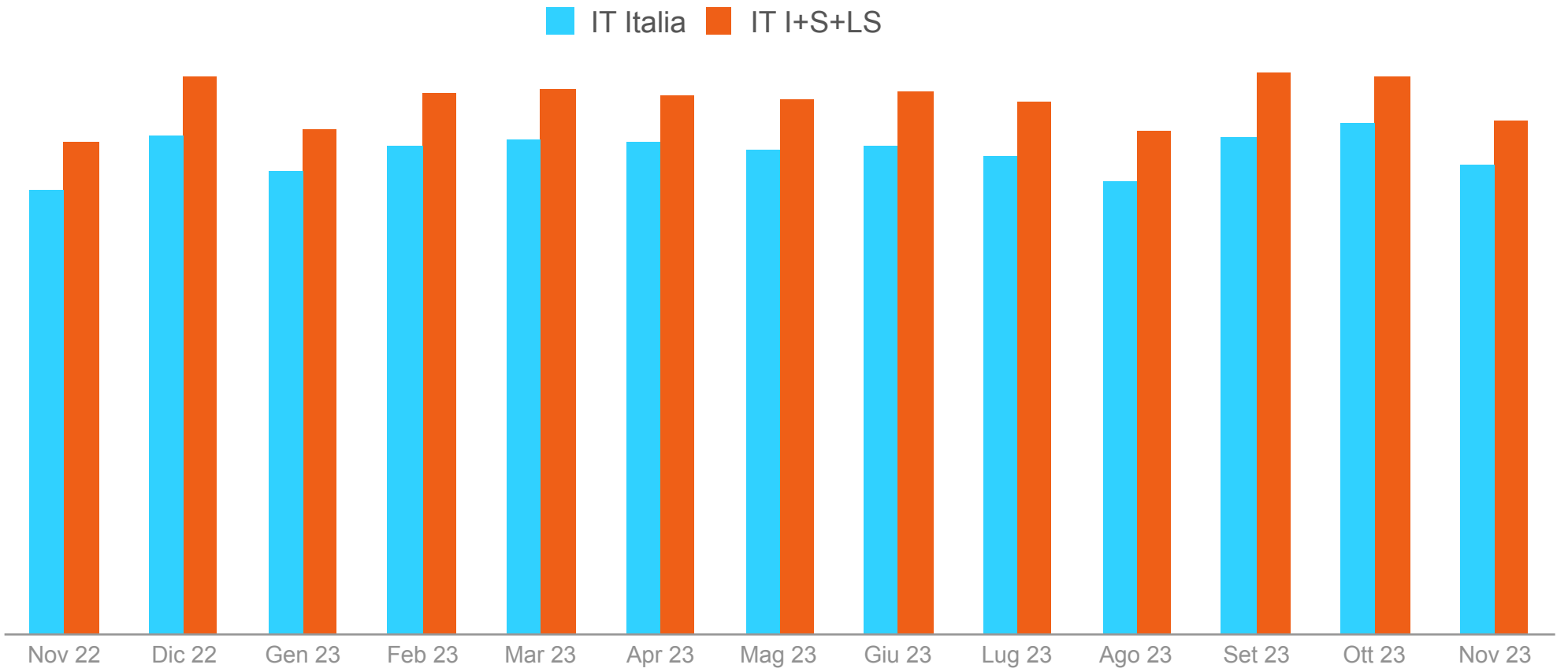
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Le promozioni

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Evoluzione della leva promozionale

Totale Grocery - Incidenza %

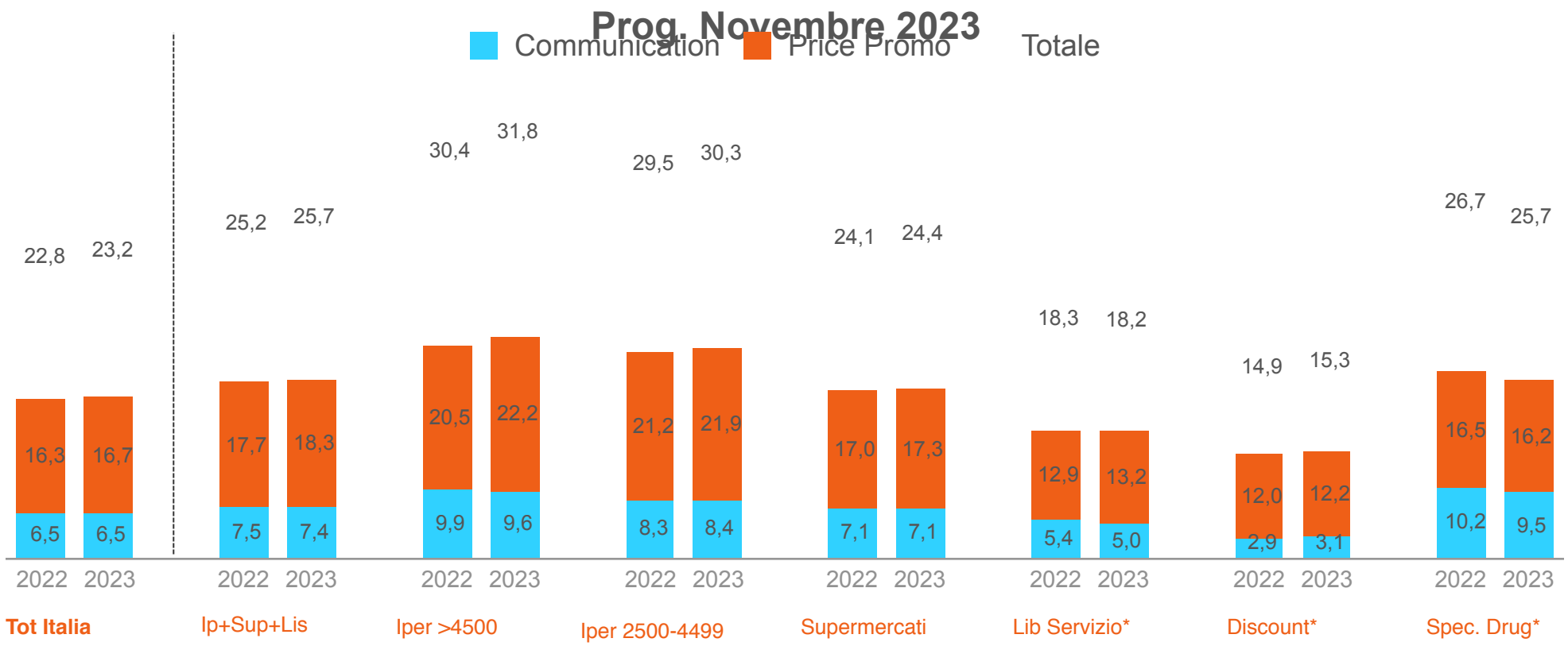



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Composizione della leva promozionale

Totale Grocery - Incidenza %

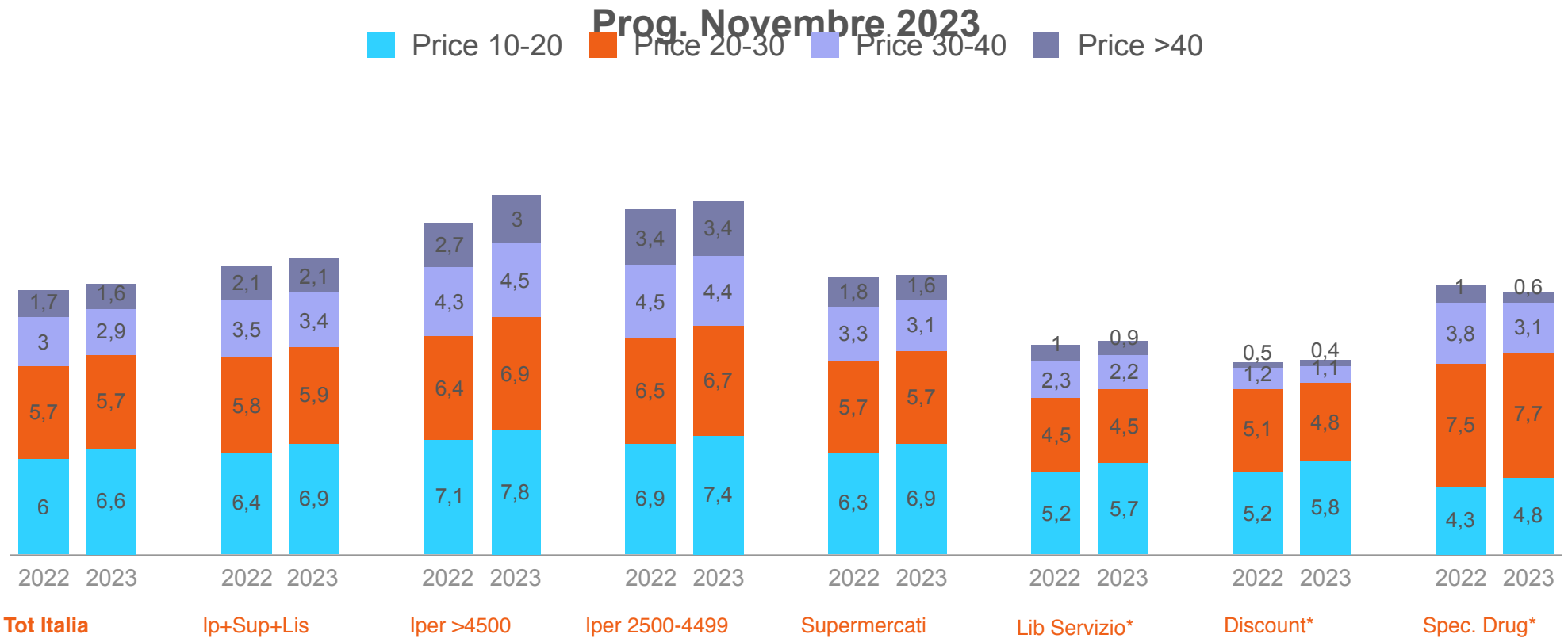



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track
*In questi mercati le Comunication non comprendono Display

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Incidenza e variazione del mix promozionale di prezzo

Totale Grocery - Incidenza %




Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

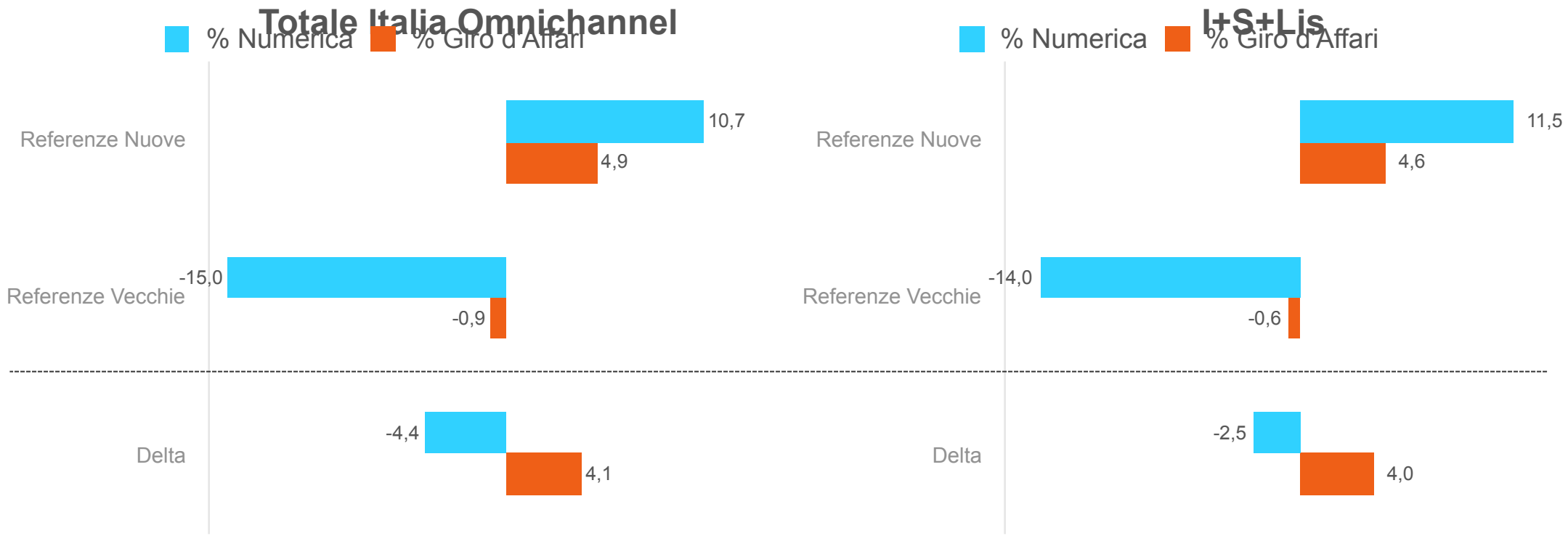
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Assortimenti, marca del distributore e marca industriale

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Gli assortimenti grocery

## Il Contributo dei nuovi prodotti



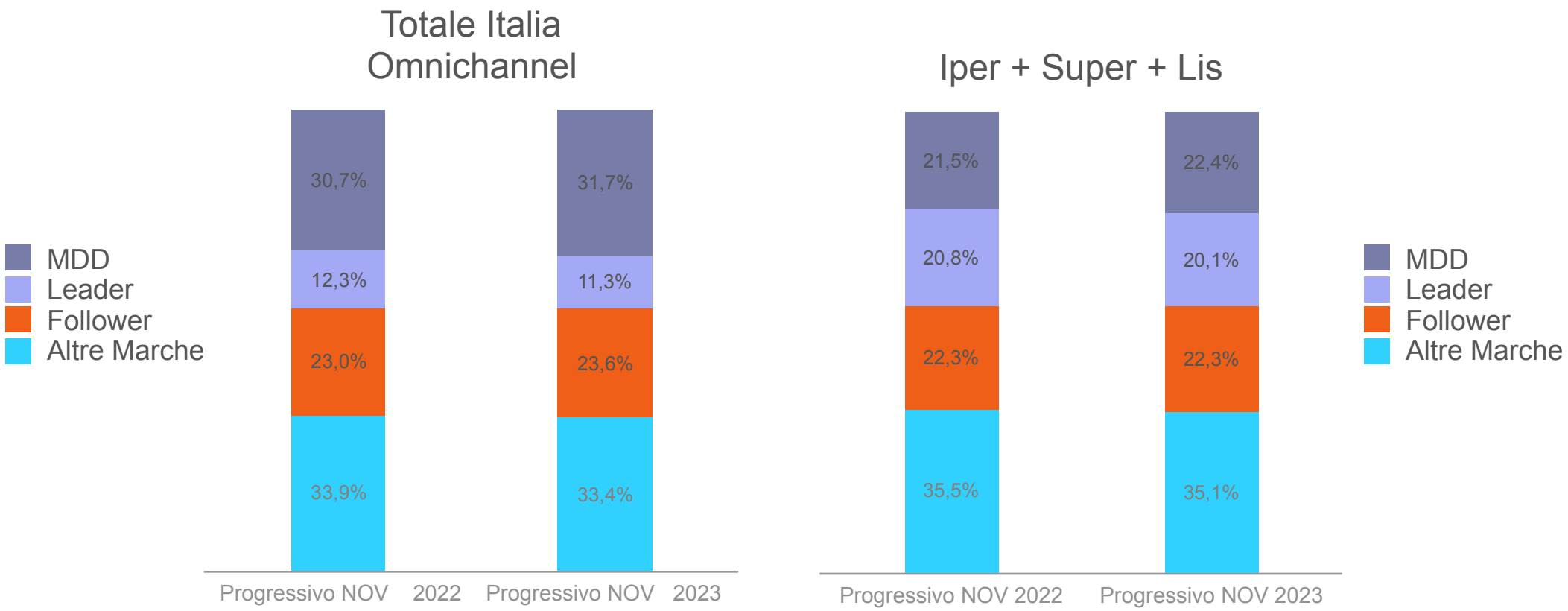

Prog. Novembre 2023 vs. 2022

Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Andamento delle vendite per tipologia di marca

Totale Grocery - Incidenza % a valore

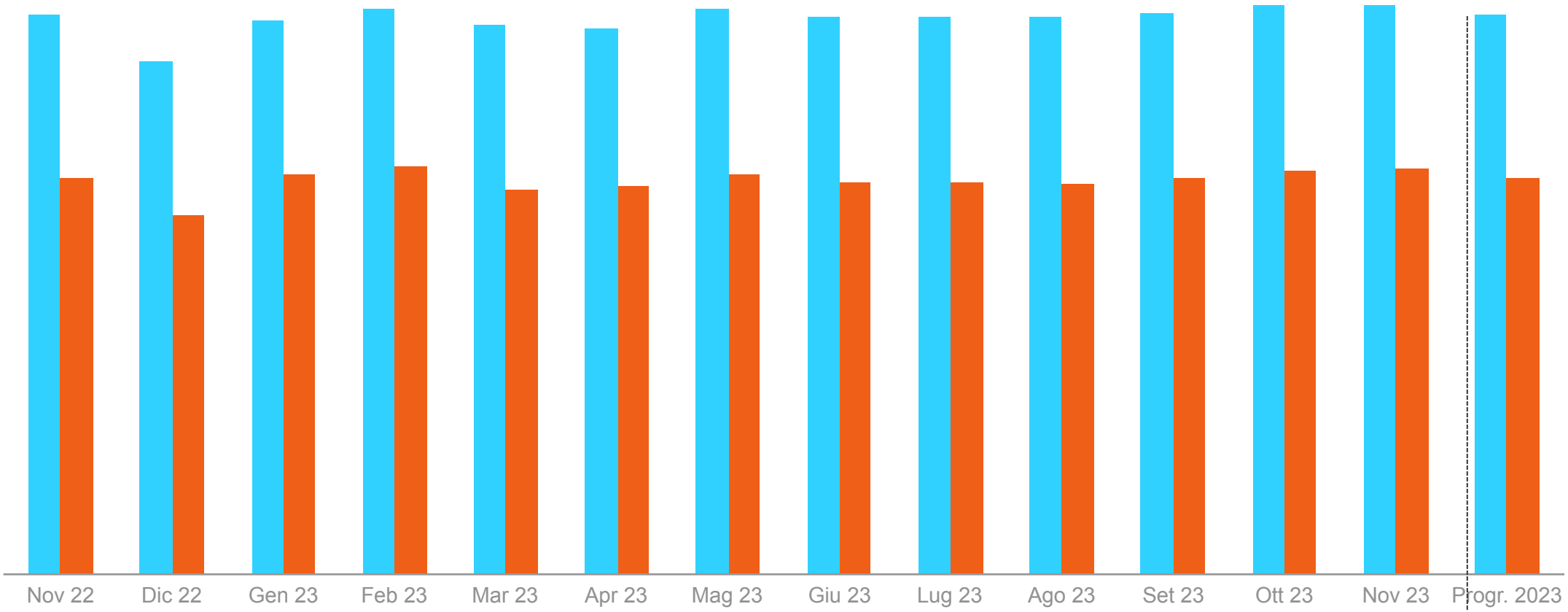



Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* 100= media categoria

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Andamento delle Marche Del Distributore

## Totale Grocery - Incidenza % a valore

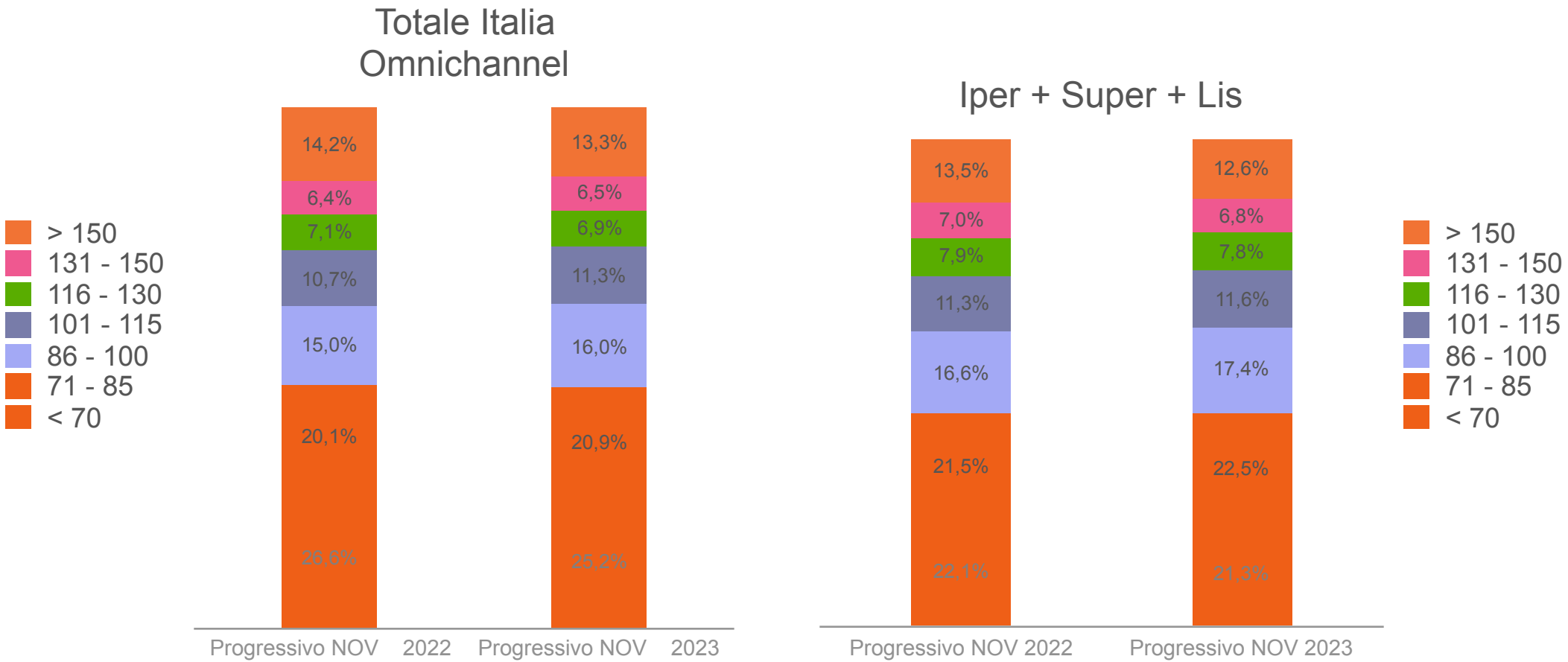



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Marche del distributore - le variazioni sulla scala prezzi

Incidenza % per fasce di Prezzo*




Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* 100= media categoria

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.