Top4Top 2.0

Anno 20°- n° 02 – Febbraio 2024

© 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)

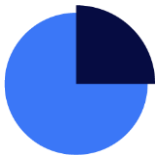


Andamento dei beni GROCERY

- 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 – Febbraio 2024

- A Febbraio 2024 i fatturati della distribuzione a Totale Italia Omnichannel fanno registrare un trend positivo (+2,4%) rispetto alle performance dell'anno scorso. Crescono quasi tutti i format distributivi, con i Supermercati (+2,1%), Discount (+4,8%), Specialisti Drug (+10,9%), Ecommerce (+3,9%) e Superstore (3,7%), ad eccezione dei Liberi Servizi (-5,3%) e Iper>4.500mq (-4,1%).

- A parità di rete, il mese di Febbraio è positivo a Totale Italia Omnichannel (+1,4%) e nella maggior parte dei canali: Supermercati (+0,9%), Superstore (+2,9%) , Discount (+2,4%), Specialisti Drug (+4,1%), e Ecommerce (+3%), ad eccezione dei Liberi Servizi (-0,2%) e Iper >4500 (-0,4%)..

- A totale negozio, si registrano i seguenti trend: Fresco (PI+PV) (+2,1%), LCC (+2,9%) e No Food (+1%).

- Il Fresco (PI+PV) risulta in crescita a Febbraio in molti i format distributivi, ad eccezione dei Liberi Servizi (-0,9%), Ecommerce (-3,7%) e Iper >4500 (-1,3%). A totale canali, le categorie più dinamiche sono state Frutta e Verdura (+6,1%) e Gastronomia (+4,5%), mentre il trend più basso è registrato dalla Salumeria (-1,4%).

- Relativamente al grocery a Totale Italia Omnichannel, l'andamento a valore sul mese di Febbraio è stato pari a +1,2% (-0,8% a volume).

- Tra le aree merceologiche, nel mese di Febbraio la crescita è stata significativa nella categoria del Pets (+4,4%) e del Cura Casa (+3,9%). A livello di categoria, Olio di Oliva Vergine ed Extravergine, Ammorbidenti e Dentifrici sono stati i top comparti merceologici sul mese.

- A Febbraio, la percentuale di vendite in promozione (totale Italia) si è attestata su un livello più alto rispetto allo stesso periodo del 2023 (23,6%, +0,3 pp).

- L' indice di inflazione a Febbraio è in discesa rispetto al valore del mese precedente (+3,4%) a Totale Italia Omnichannel. Al netto di una variazione negativa di 1,4% del mix del carrello della spesa, la variazione dei prezzi è risultata pari a 2%.

- A Febbraio, la Marca del Distributore ha raggiunto la quota del 22,5% del LCC nel perimetro I+S+LS ed è stata pari al 31,4% a Totale Italia Omnichannel.

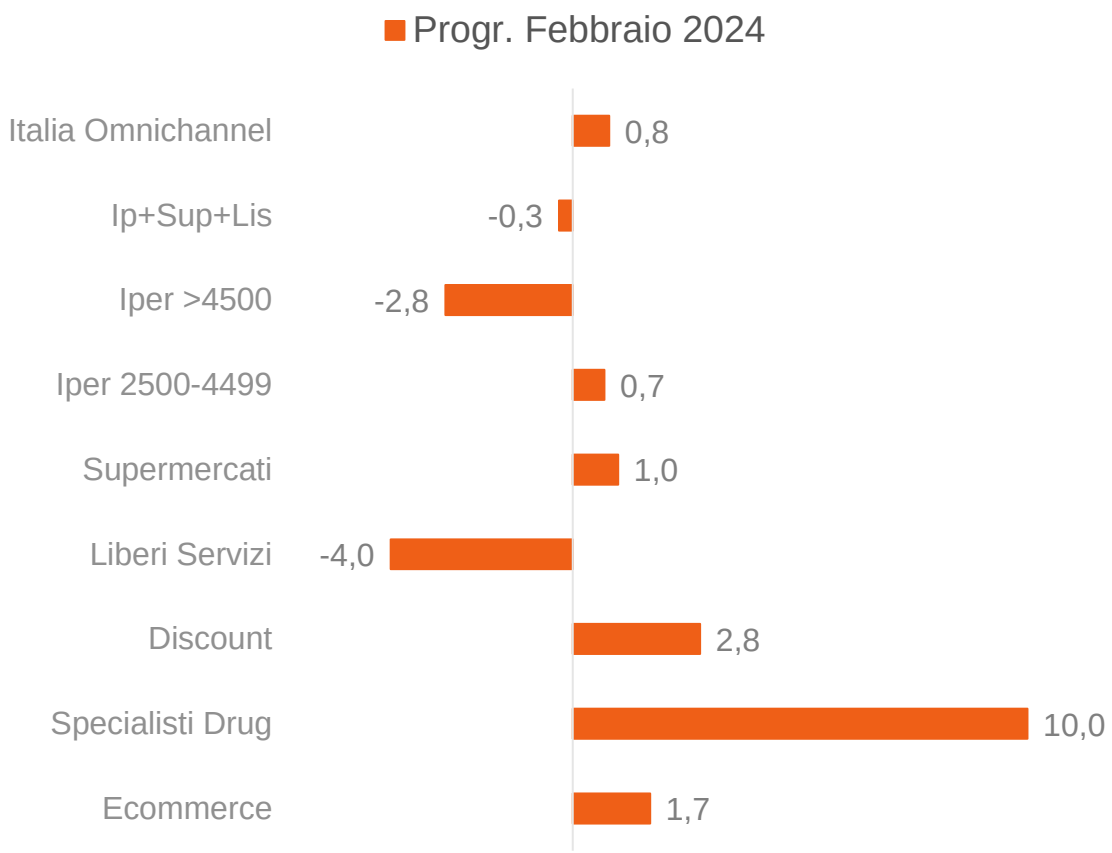
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

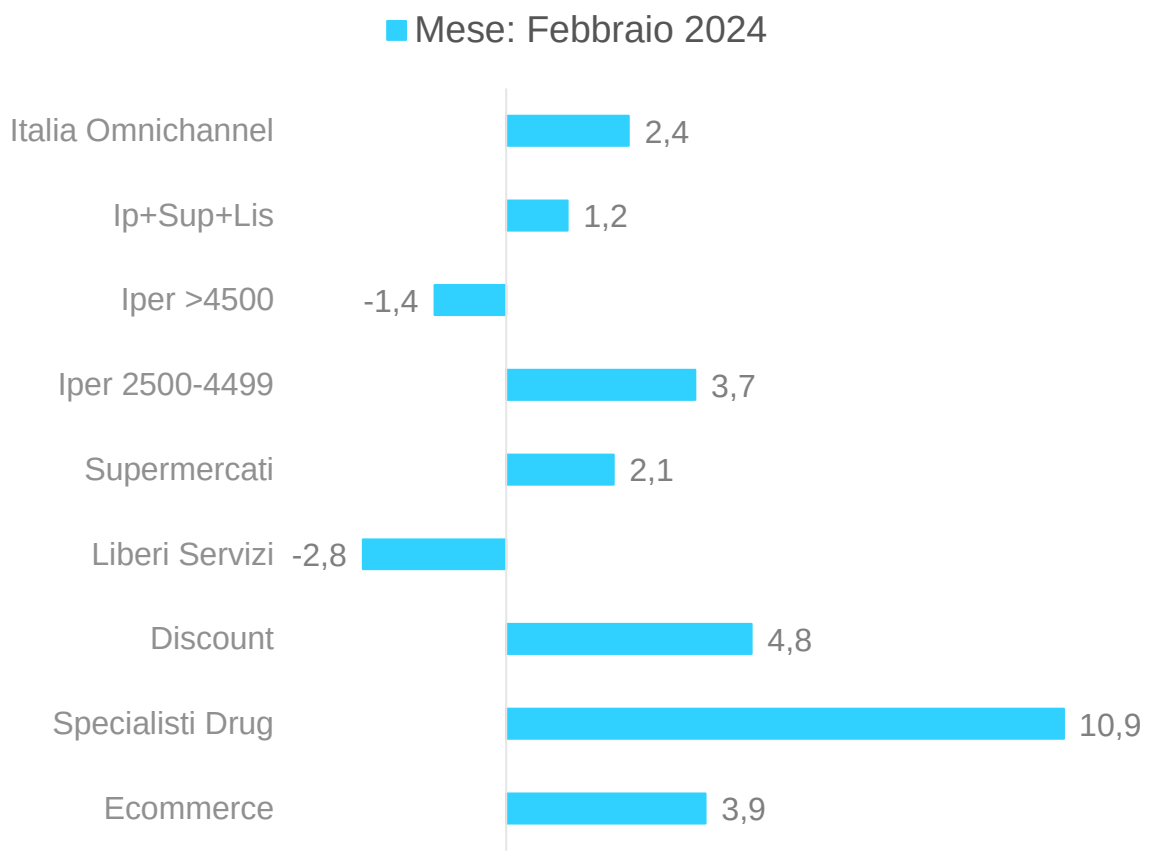
Fatturati della distribuzione

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I trend totale fatturato – a rete corrente

Variazioni a valore vs anno precedente nei canali



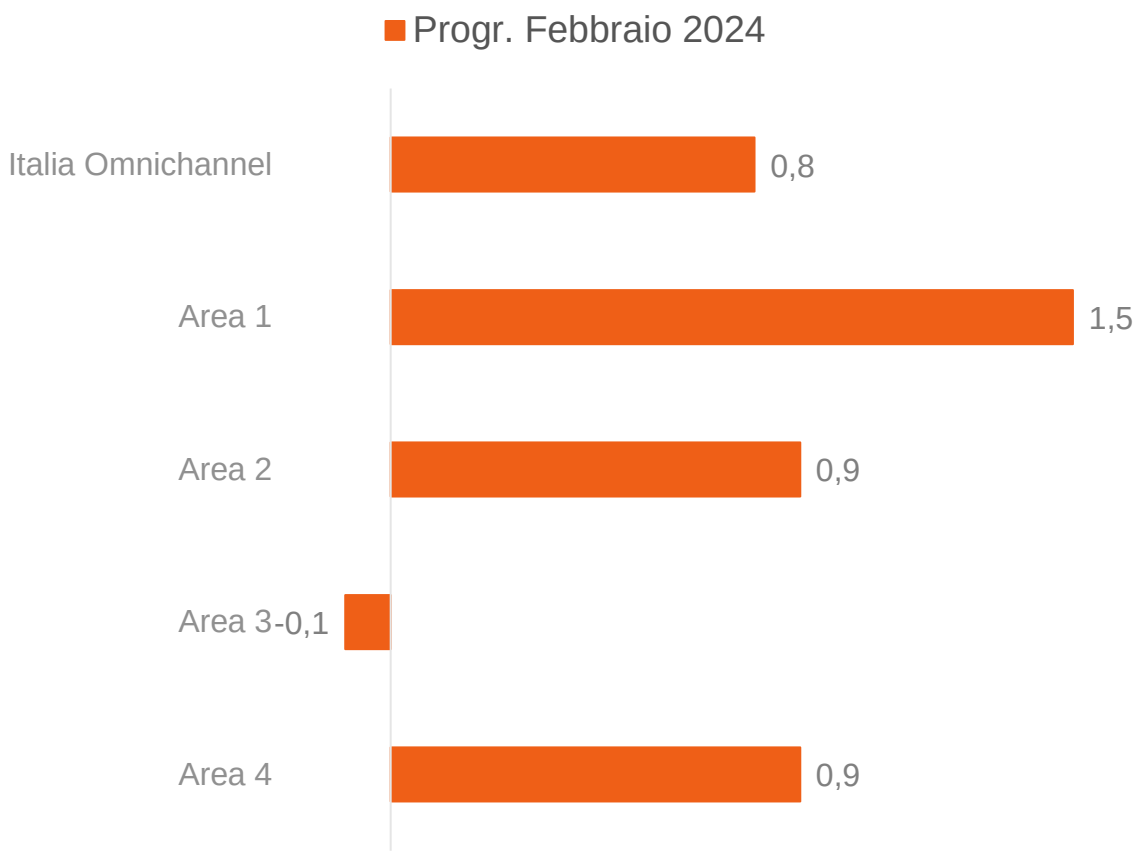


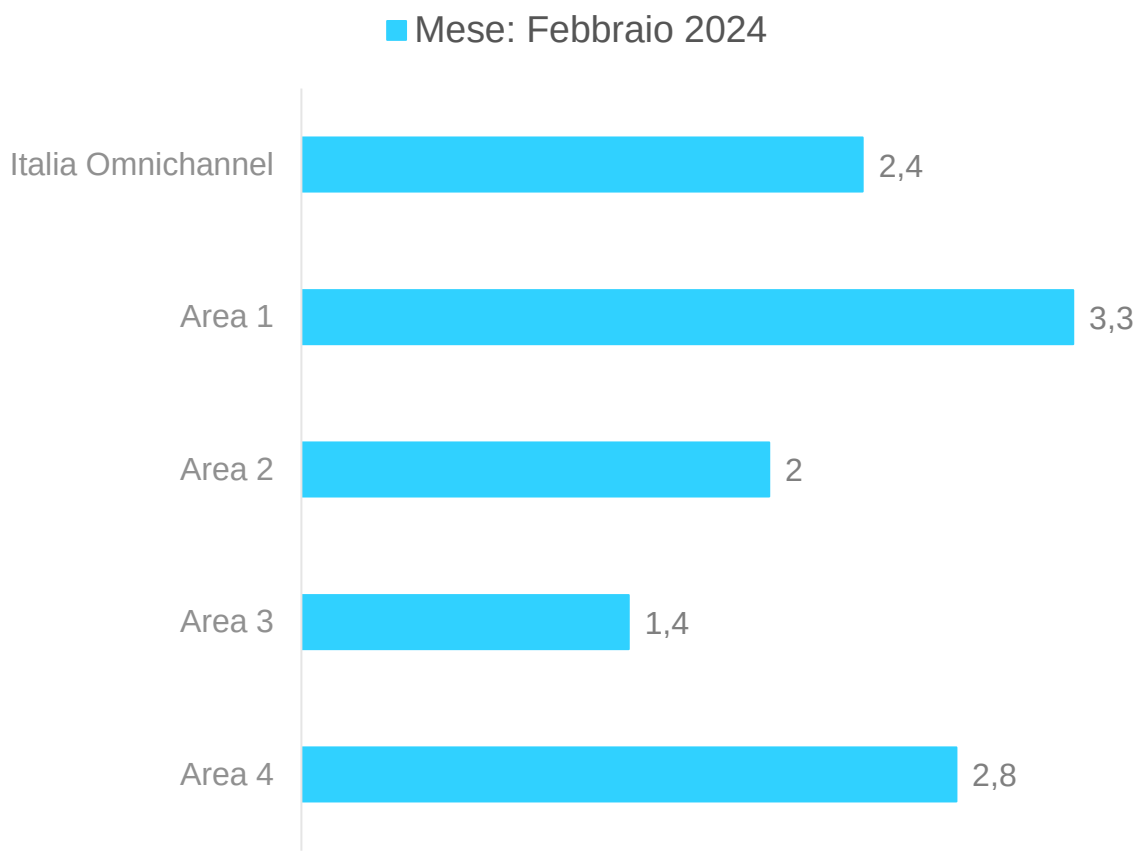
Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio

© 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

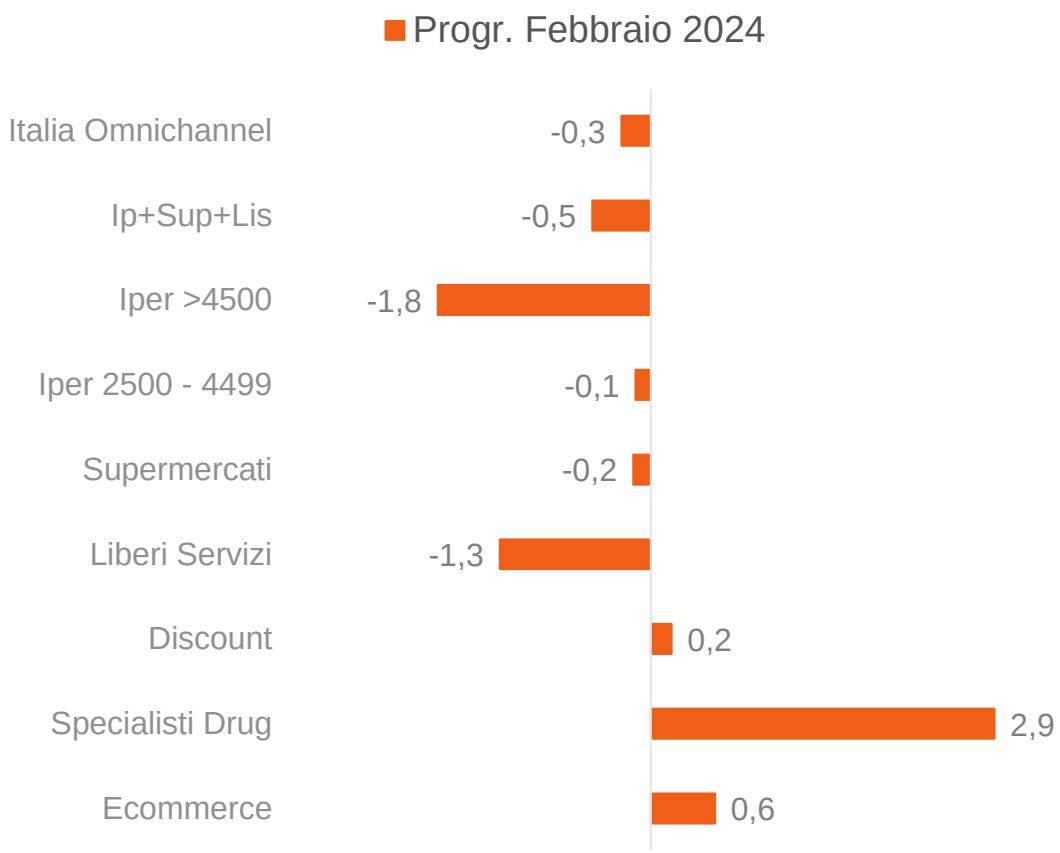
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

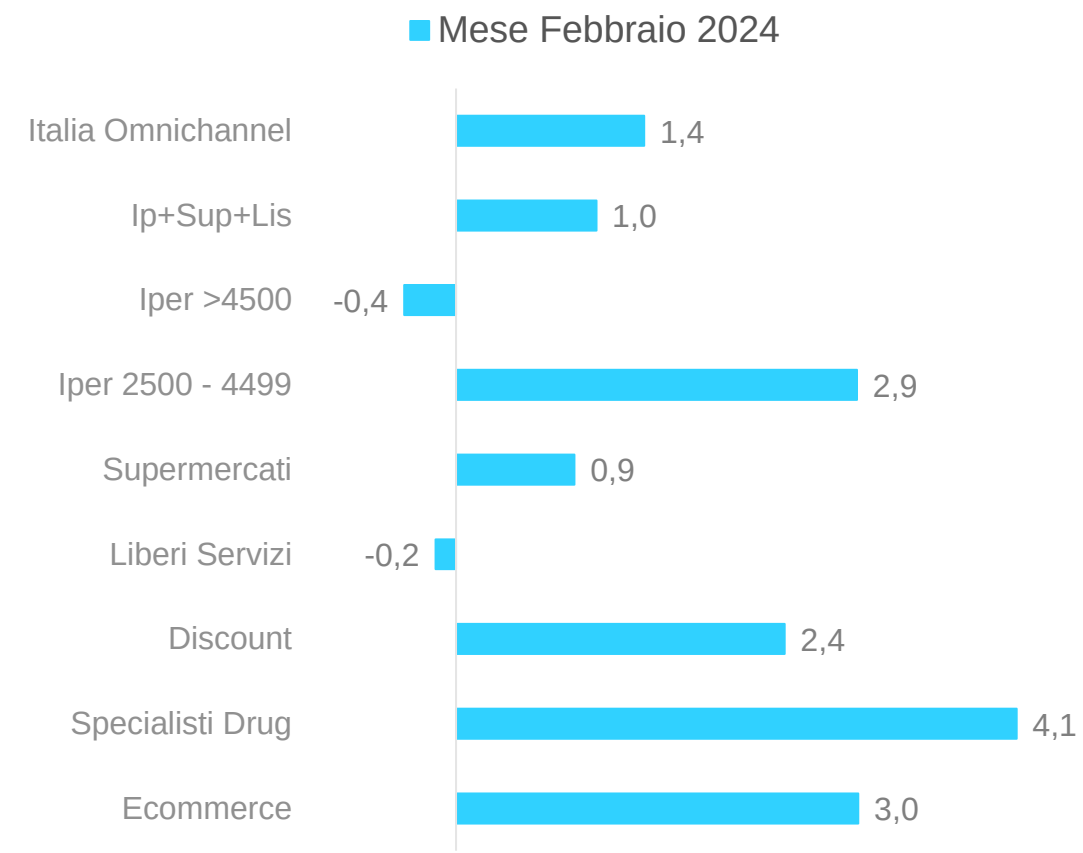
A parità di rete

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I trend totale fatturato – a parità

Variazioni a valore vs anno precedente nei canali a rete costante



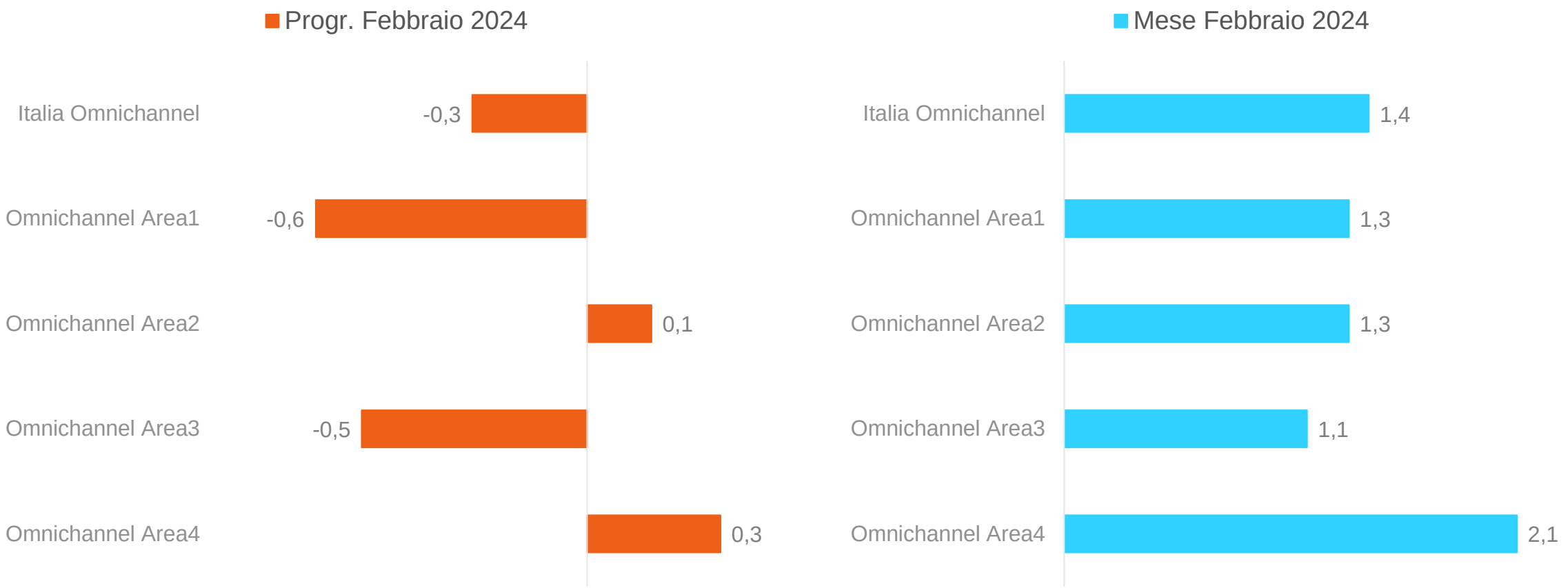


Fonte: NielsenIQLike4Like

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I trend totale fatturato – a parità

Variazioni a valore vs anno precedente nei canali a rete costante

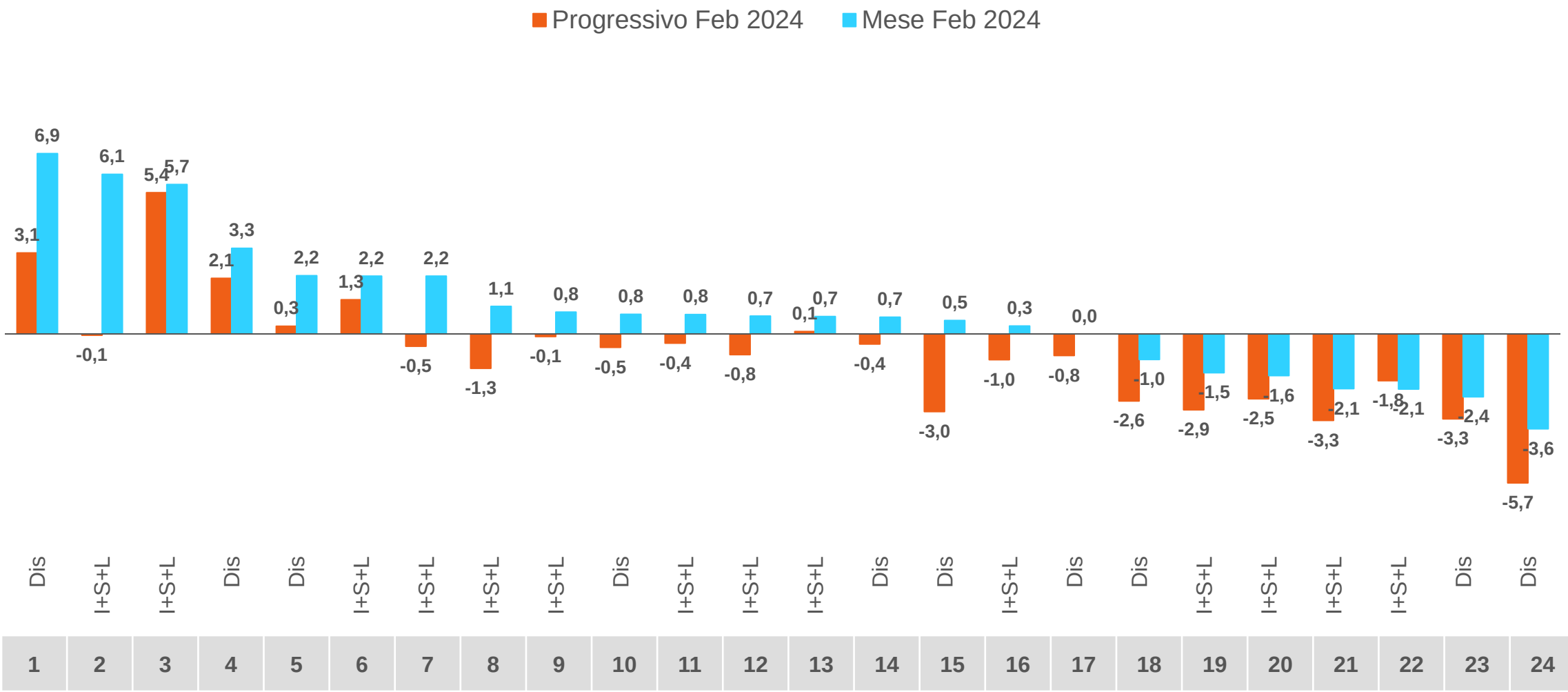


Fonte: NielsenIQLike4Like

© 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

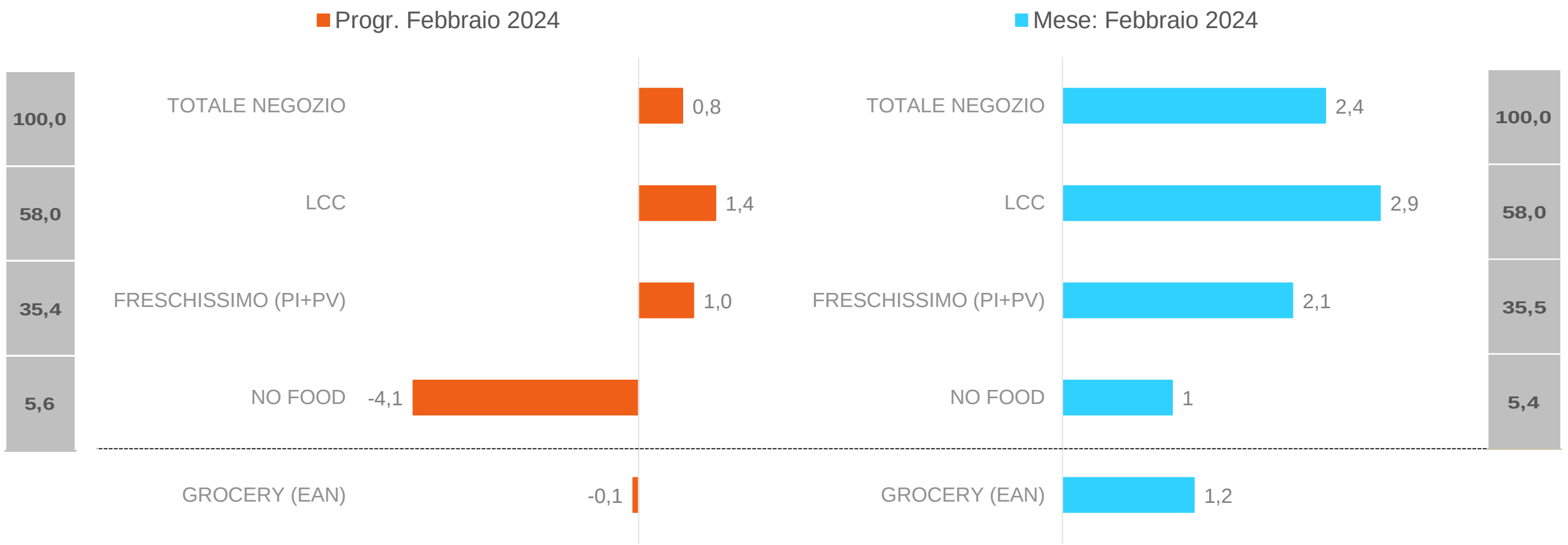
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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.

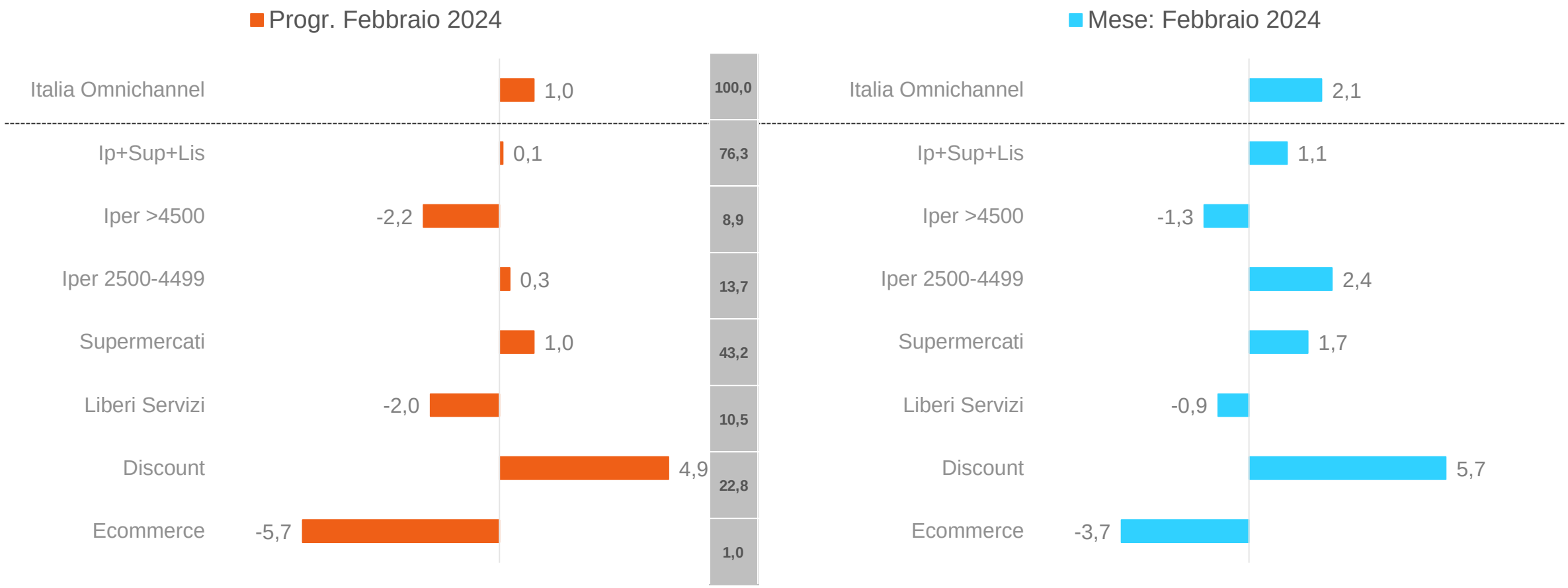
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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

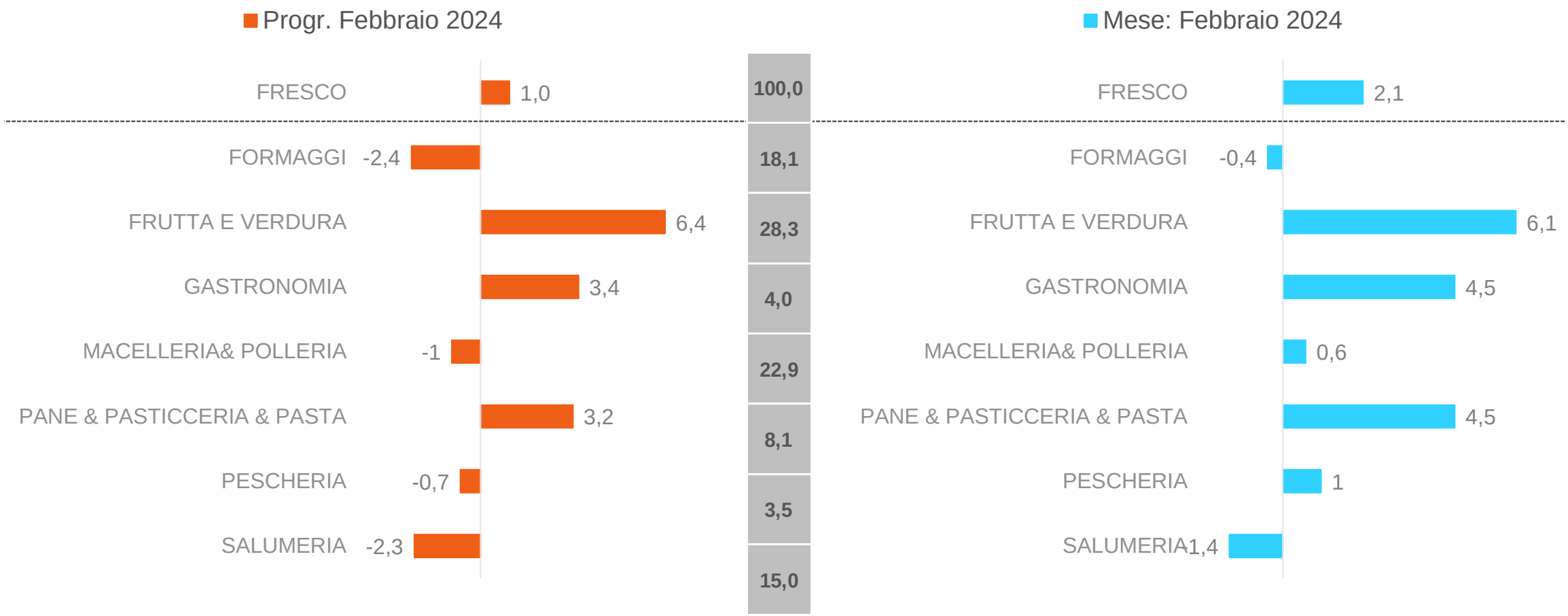


Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Totale Negozio

© 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

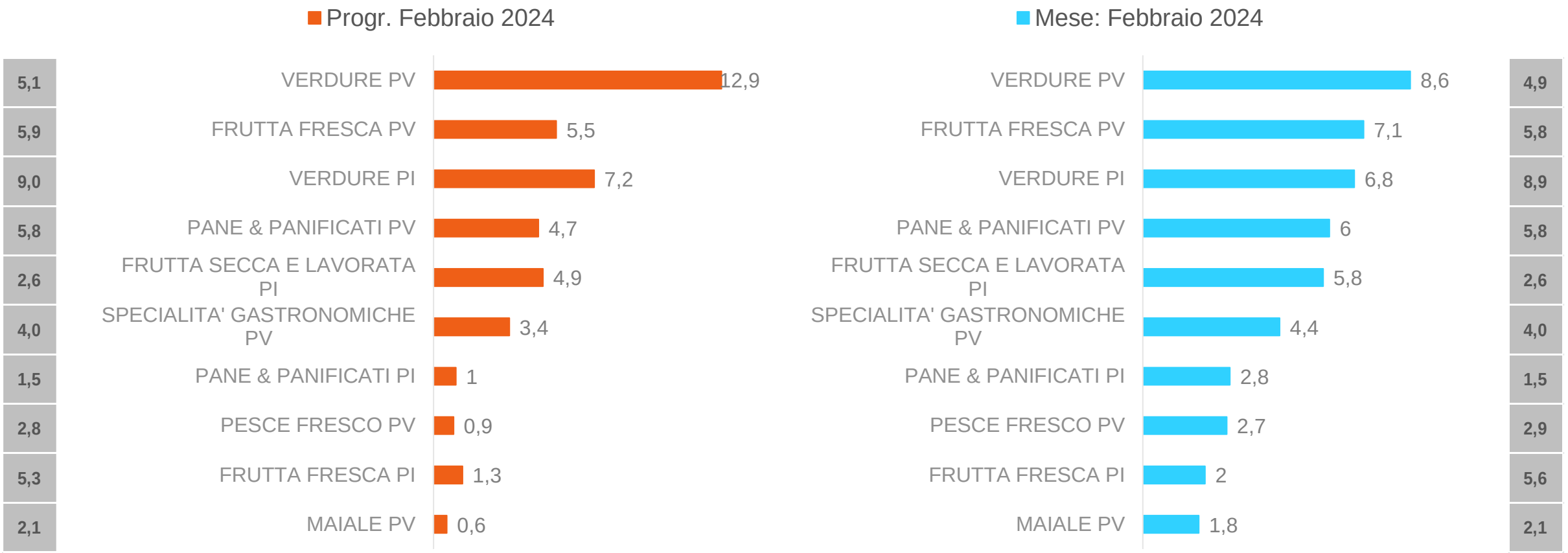


Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Totale Negozio – Totale Italia

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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

Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente

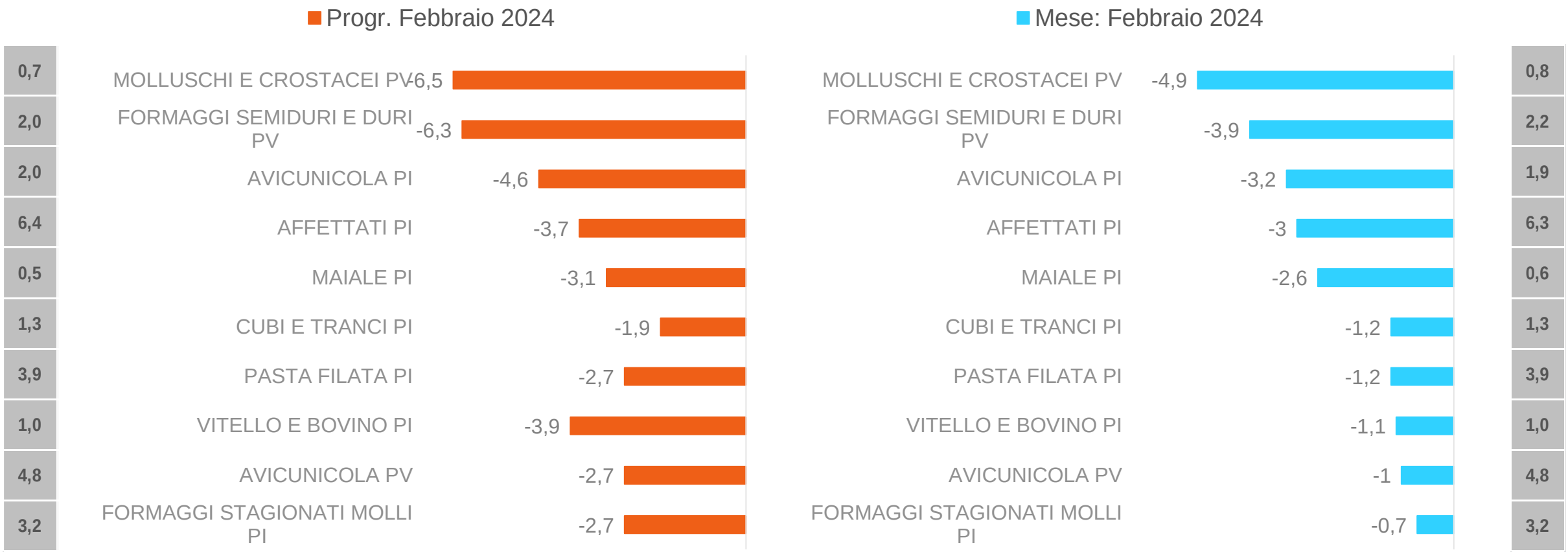


Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale
(Famiglie con incidenza sul fatturato >= 0.5%)

© 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. Febbraio 2024

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

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

Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Negozio - Omnichannel

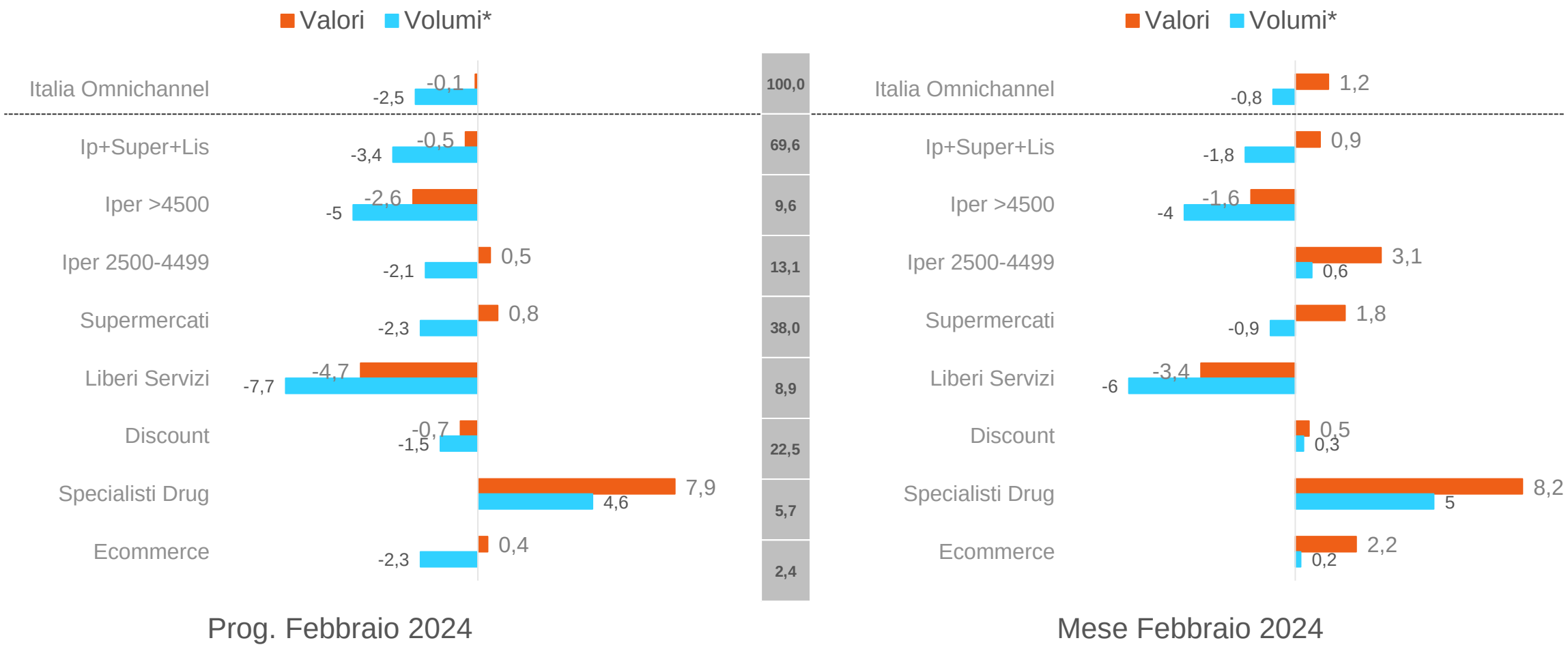
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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

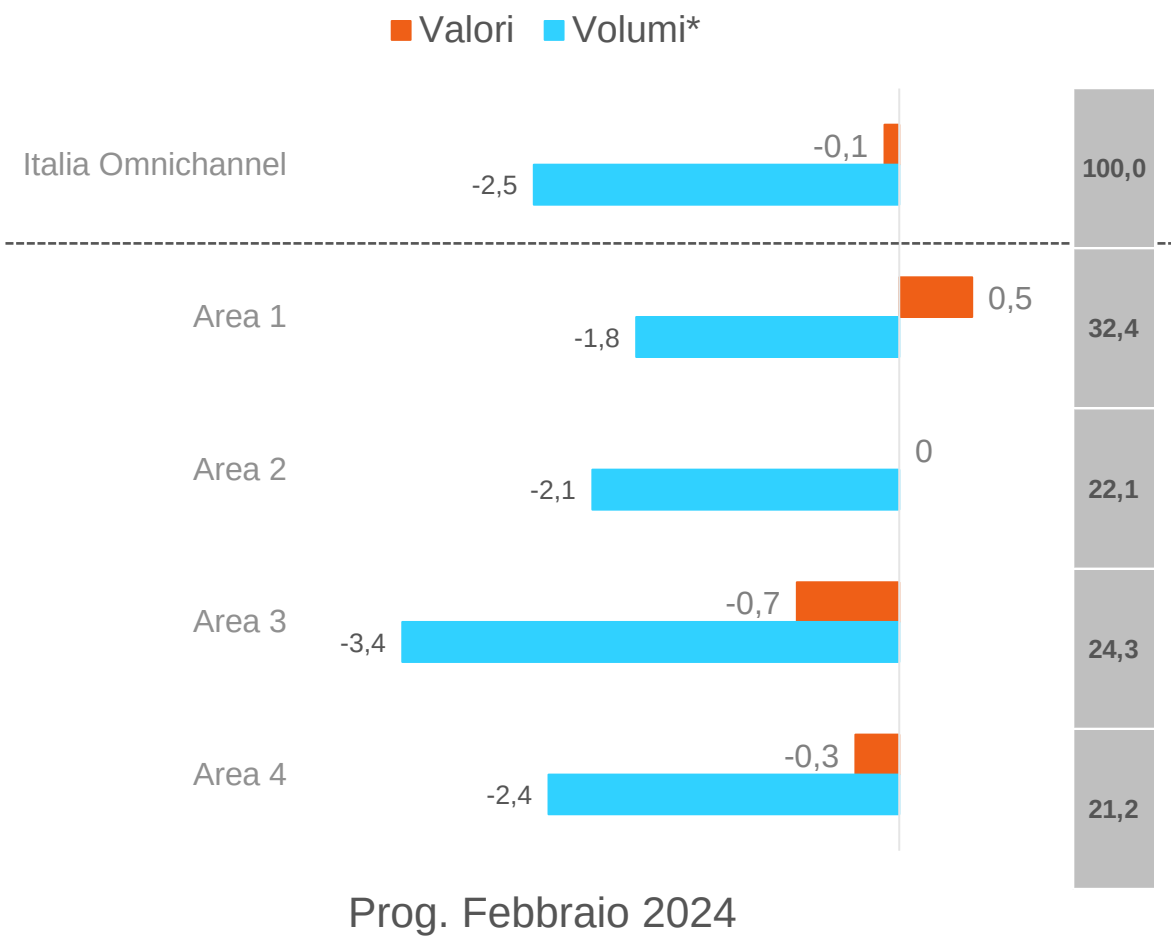


Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

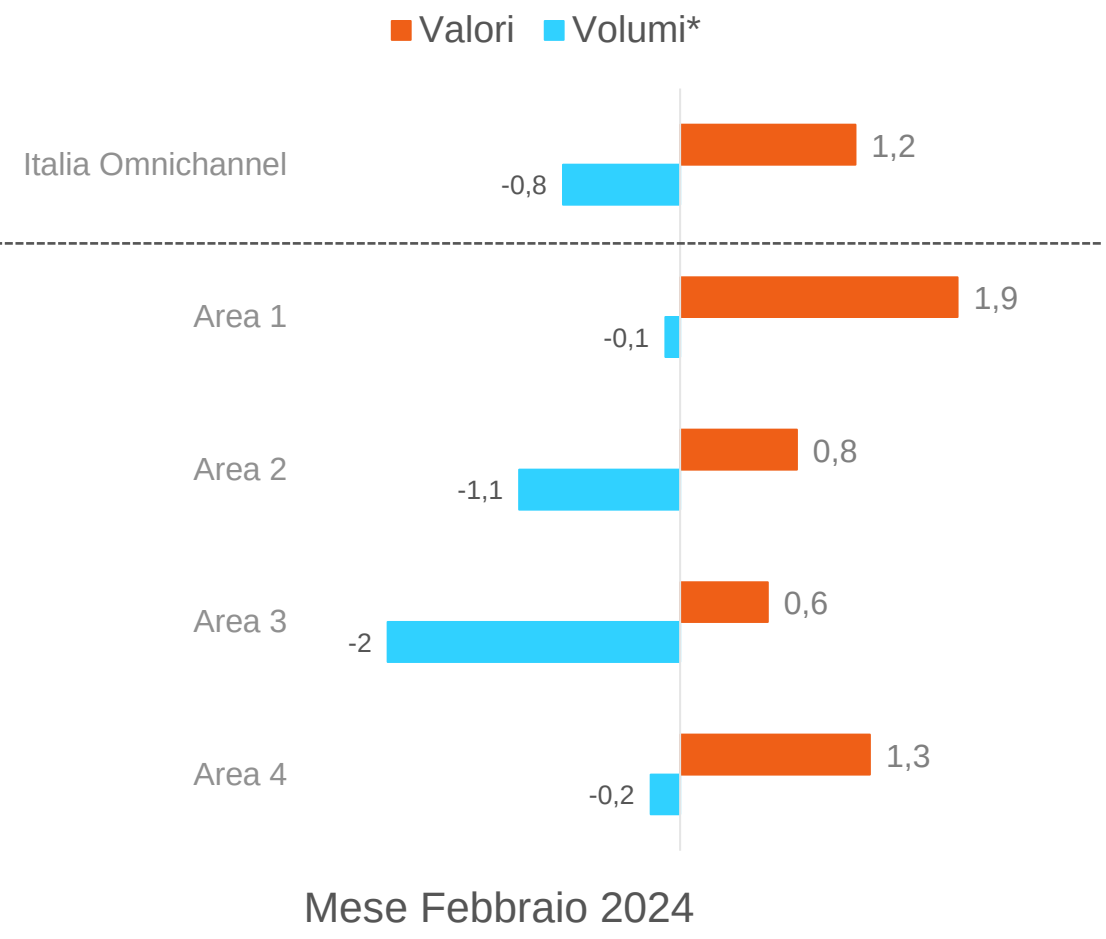
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I trend del totale grocery per area geografica

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



Prog. Febbraio 2024



Mese Febbraio 2024

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. Febbraio 2024

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

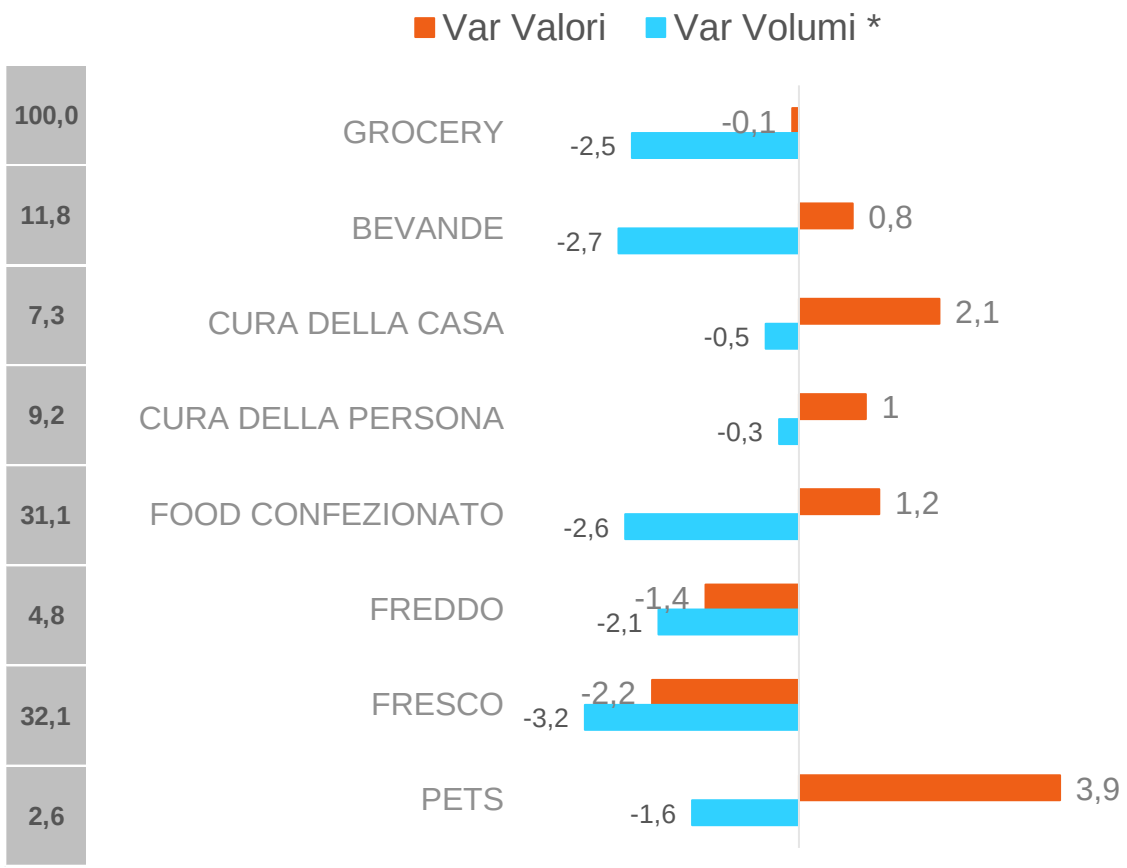
Colore	Range		
	Minore di	**-2**	
	Compreso tra	**-2**	**-1**
	Compreso tra	**-1**	**0**
	Maggiore di	**0,0**	

Fonte: NielsenIQTrade*Mis Omnichannel

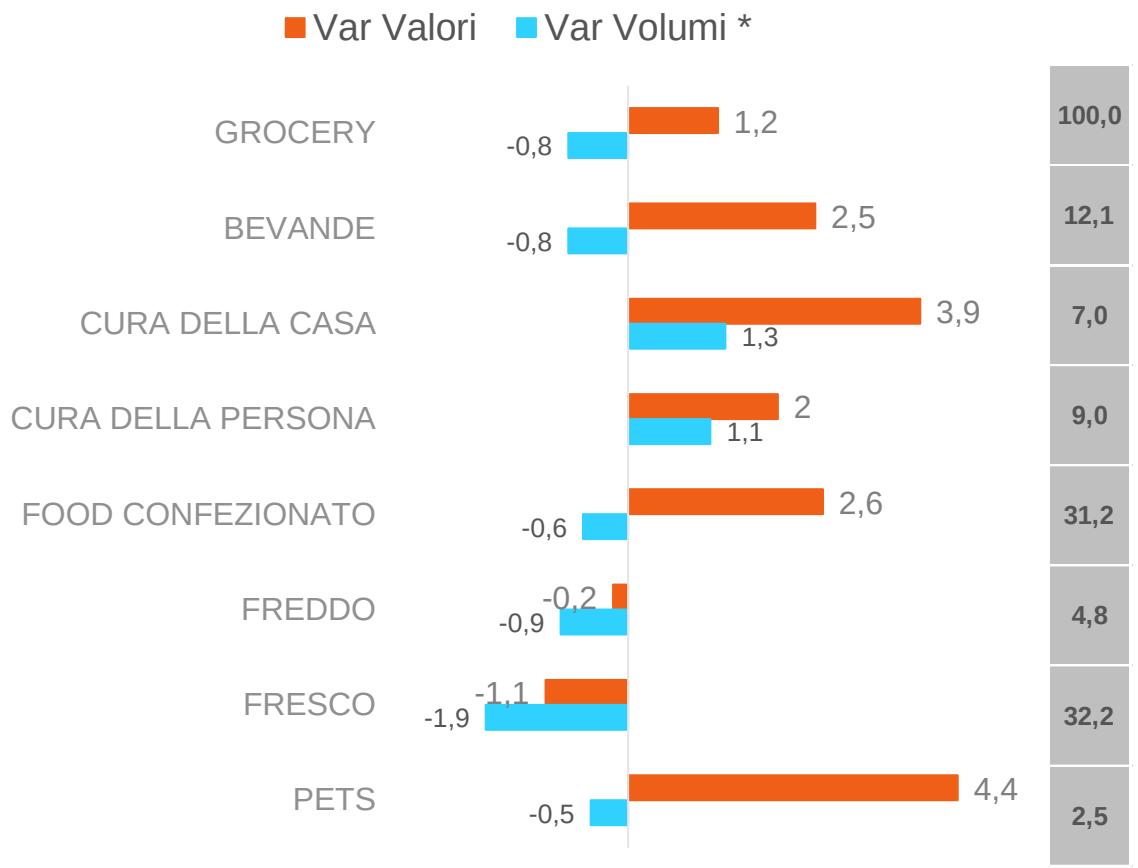
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Incidenza e trend delle aree merceologiche – totale grocery

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



Prog. Febbraio 2024



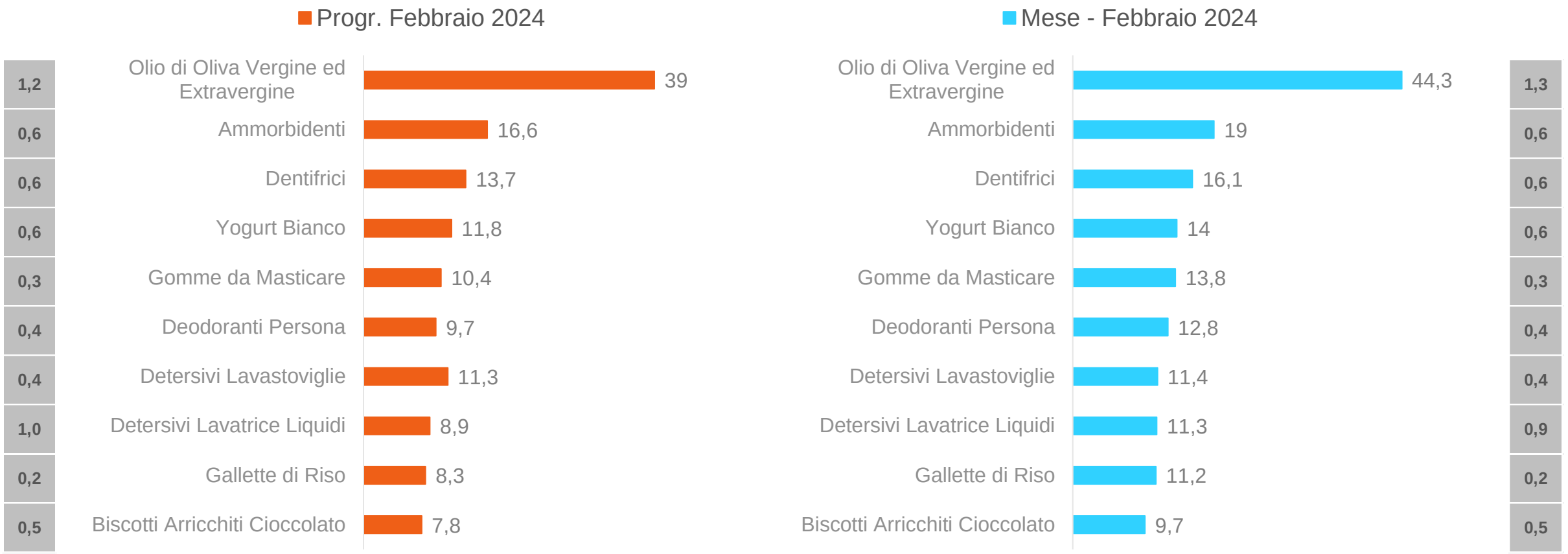
Mese Febbraio 2024

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

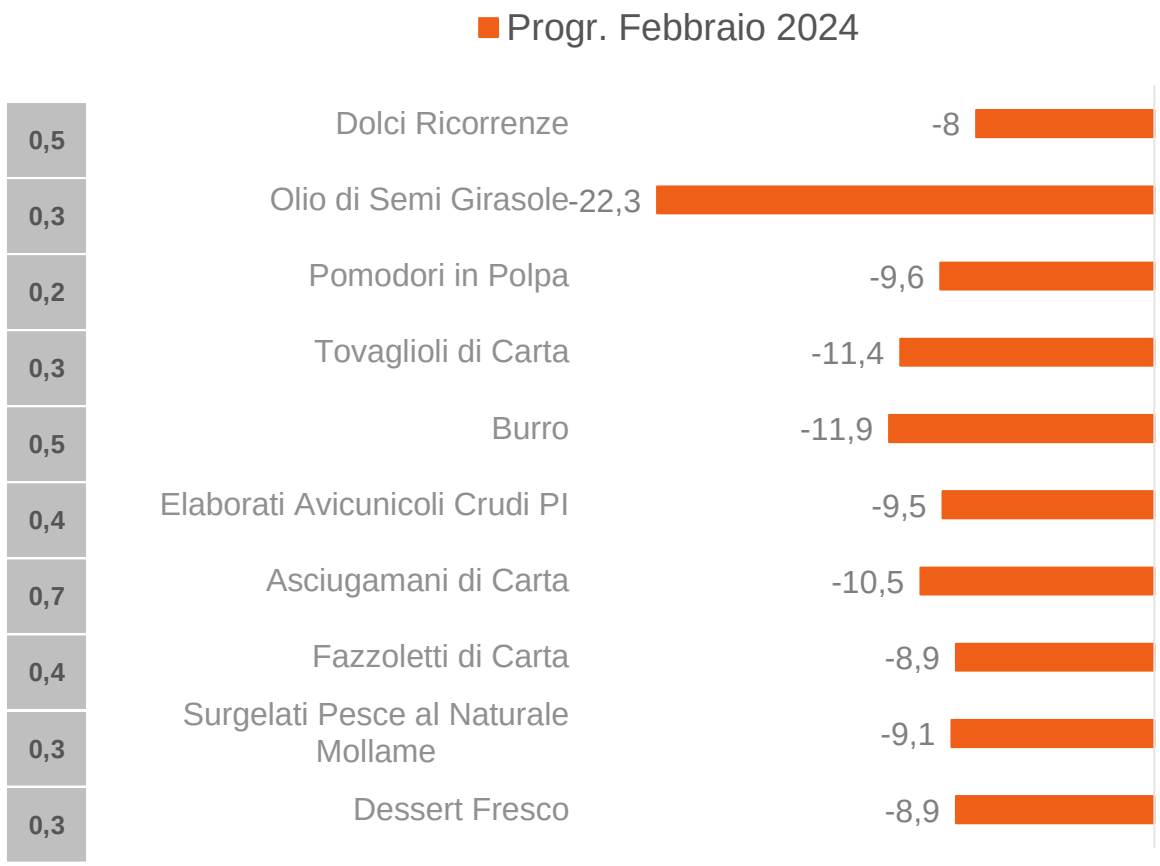


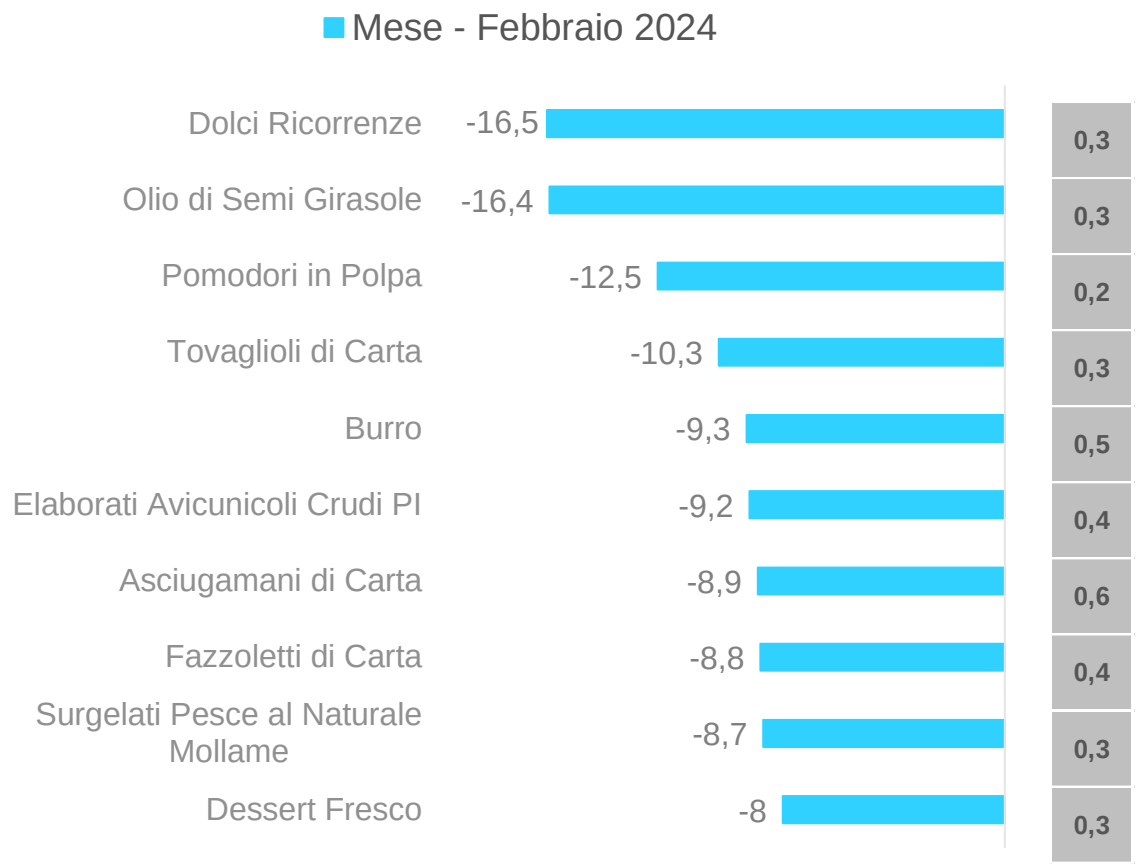
Fonte: NielsenIQTrade*Mis Totale Italia
(Categorie con incidenza sul Grocery >= 0.2%)

© 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

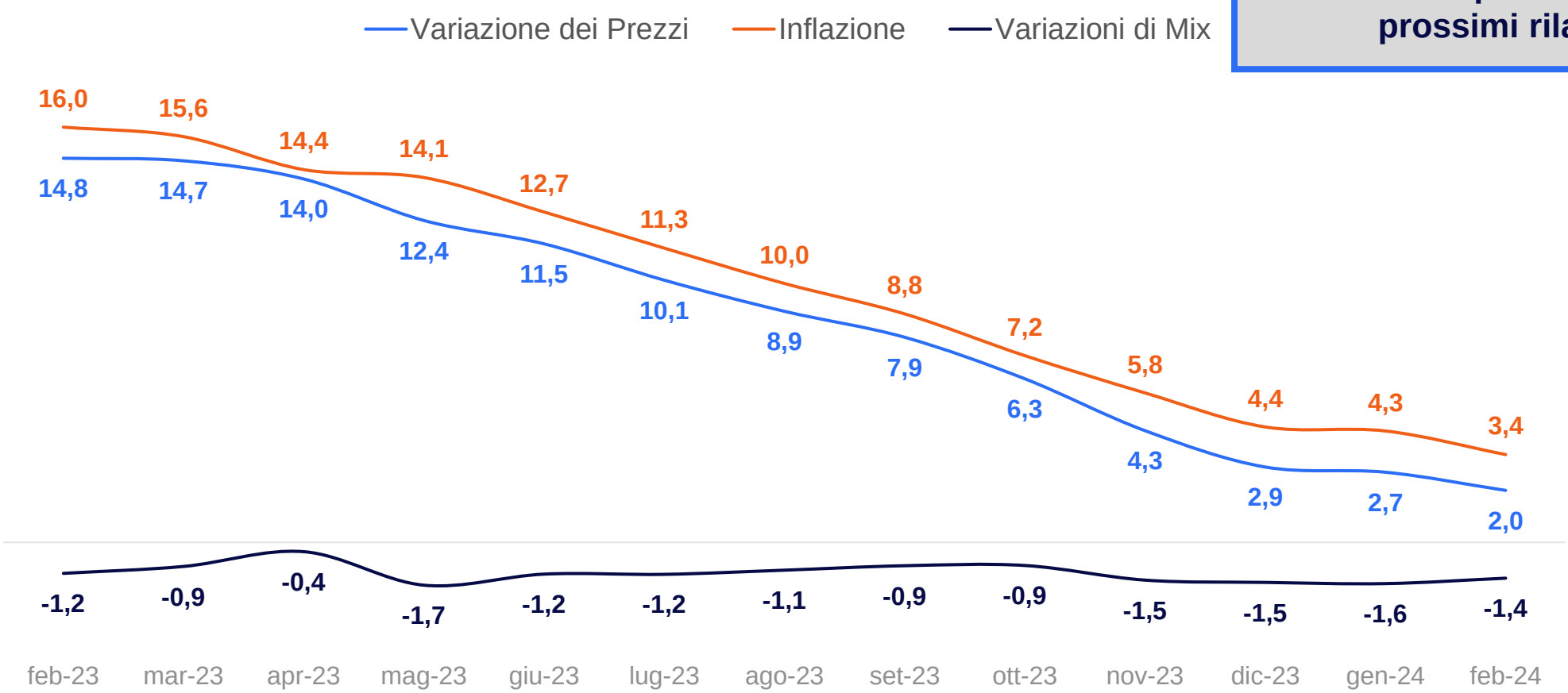
Come varia il prezzo per effetto di variazioni di scelta dei consumatori sui prodotti e sulle quantità acquistate

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I prezzi a totale Italia Omnichannel

Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati

NIQ sta apportando importanti novità al servizio di osservazione dell'Inflazione che saranno implementate nei prossimi rilasci



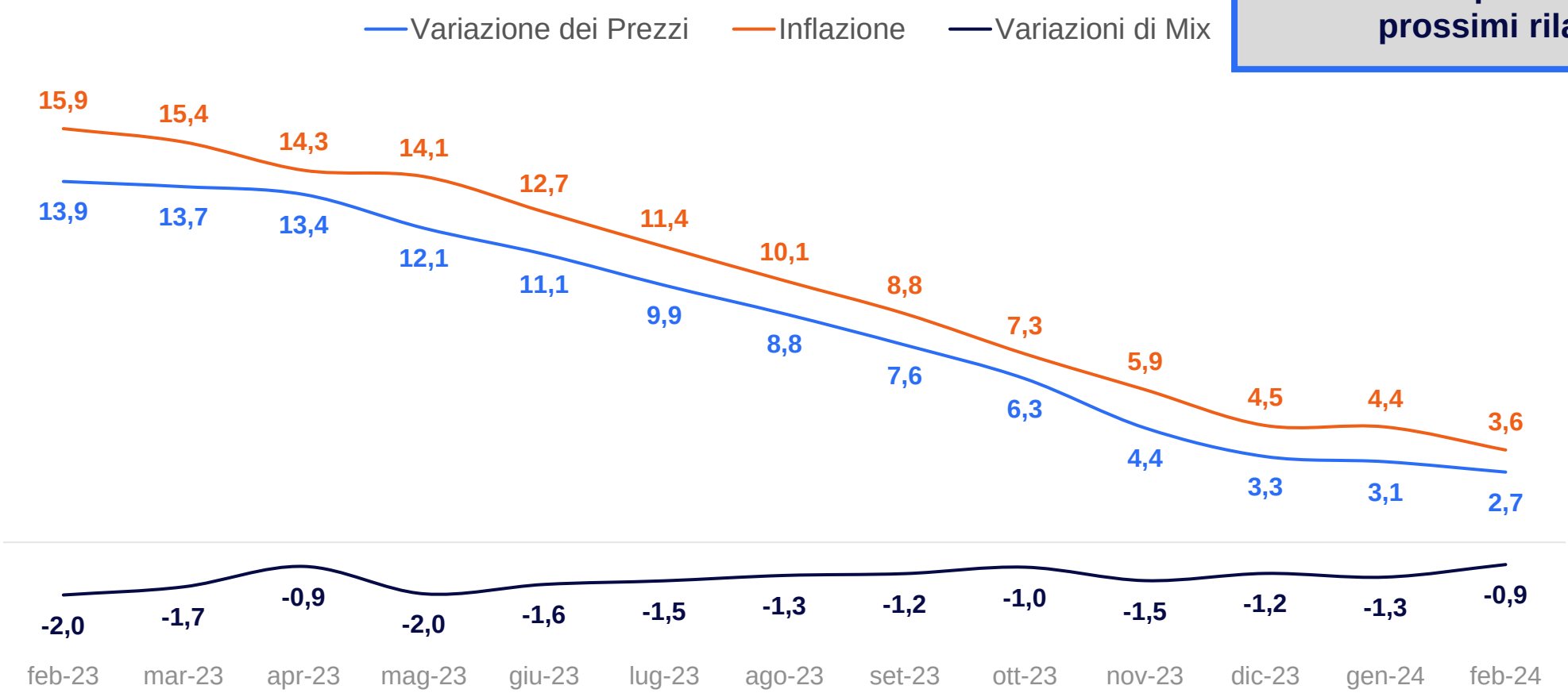
Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

I prezzi nel canale moderno Iper +Super + Libero Servizio

Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati

NIQ sta apportando importanti novità al servizio di osservazione dell'Inflazione che saranno implementate nei prossimi rilasci

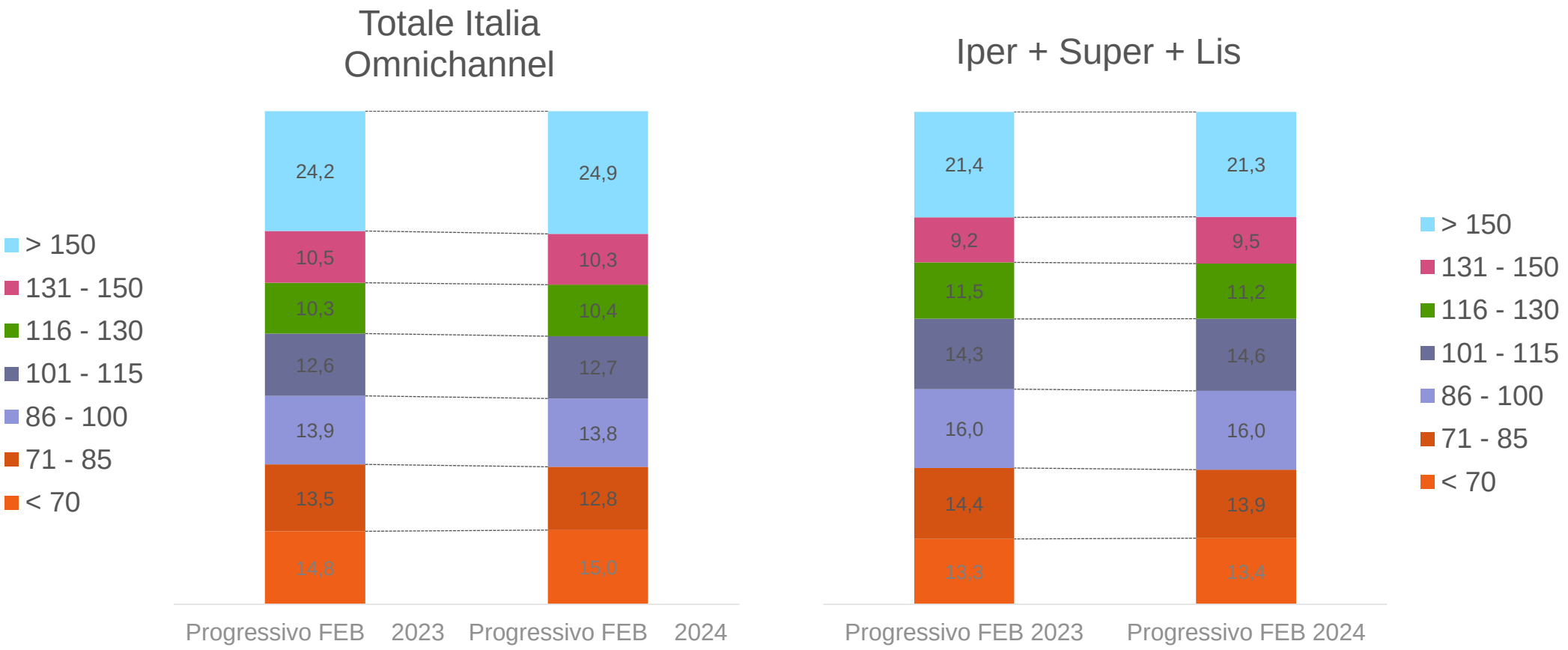


Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

© 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

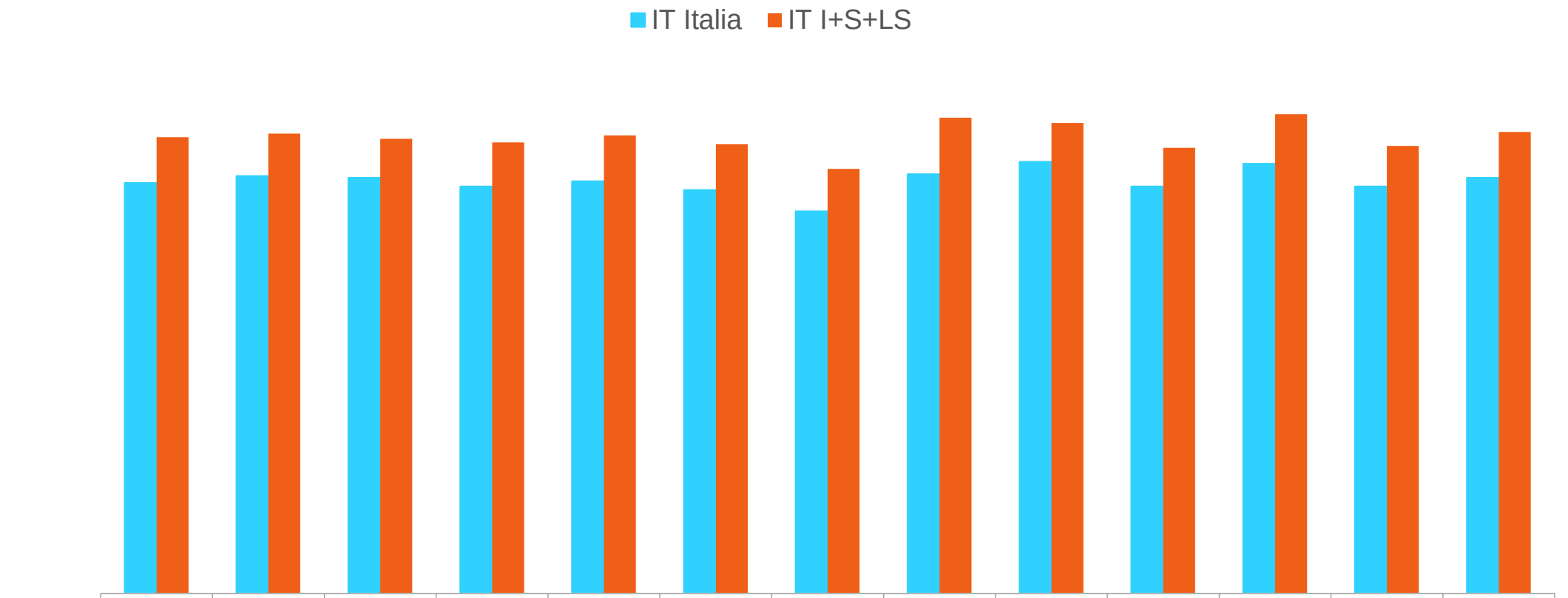
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Le promozioni

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Evoluzione della leva promozionale

Totale Grocery - Incidenza %



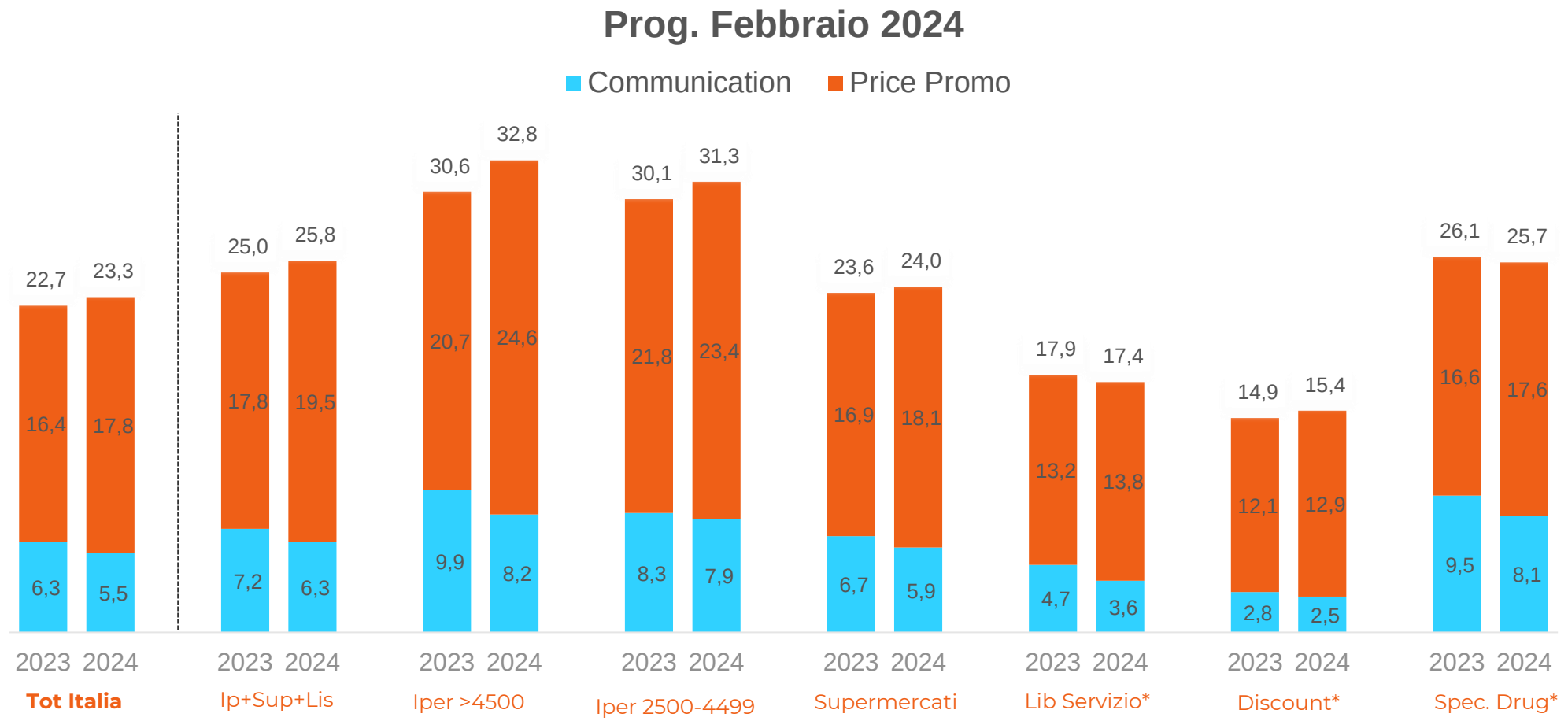
	Feb 23	Mar 23	Apr 23	Mag 23	Giu 23	Lug 23	Ago 23	Set 23	Ott 23	Nov 23	Dic 23	Gen 24	Feb 24
IT Italia	23,3	23,7	23,6	23,1	23,4	22,9	21,7	23,8	24,5	23,1	24,4	23,1	23,6
IT I+S+LS	25,9	26,1	25,8	25,6	26,0	25,5	24,1	27,0	26,7	25,3	27,2	25,4	26,2

Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Composizione della leva promozionale

Totale Grocery - Incidenza %

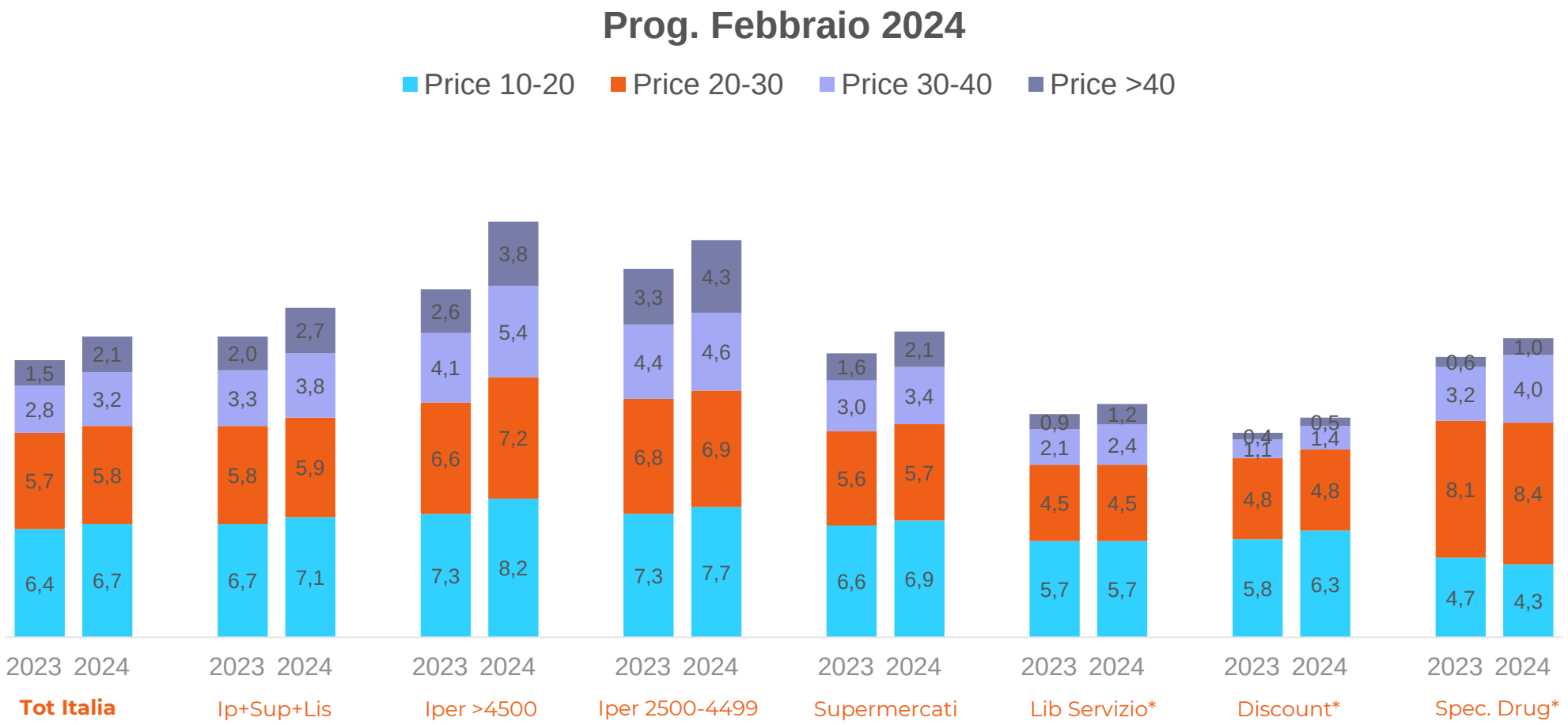


Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track
*In questi mercati le Comunication non comprendono Display

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Incidenza e variazione del mix promozionale di prezzo

Totale Grocery - Incidenza %



Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

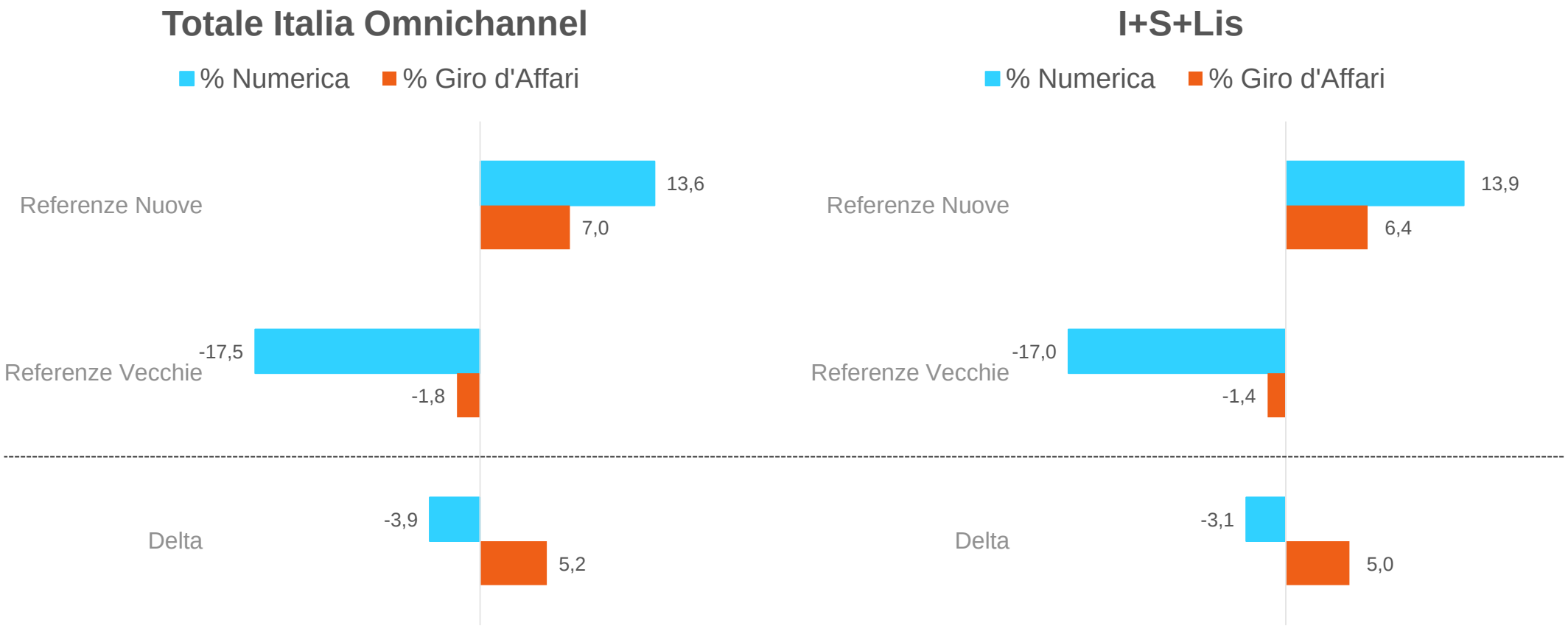
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Assortimenti, marca del distributore e marca industriale

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Gli assortimenti grocery

Il Contributo dei nuovi prodotti



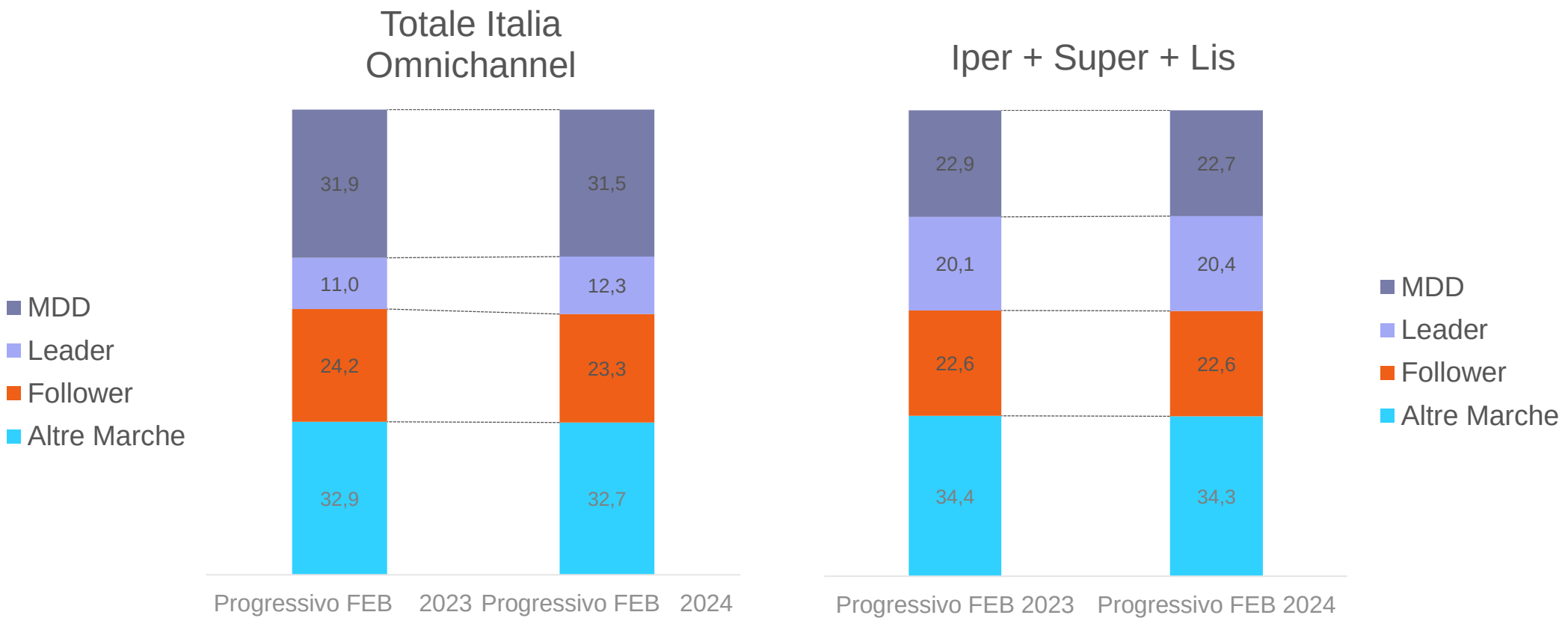
Prog. Febbraio 2024 vs. 2023

Fonte: NielsenIQTrade*Mis - Market Track

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Andamento delle vendite per tipologia di marca

Totale Grocery - Incidenza % a valore

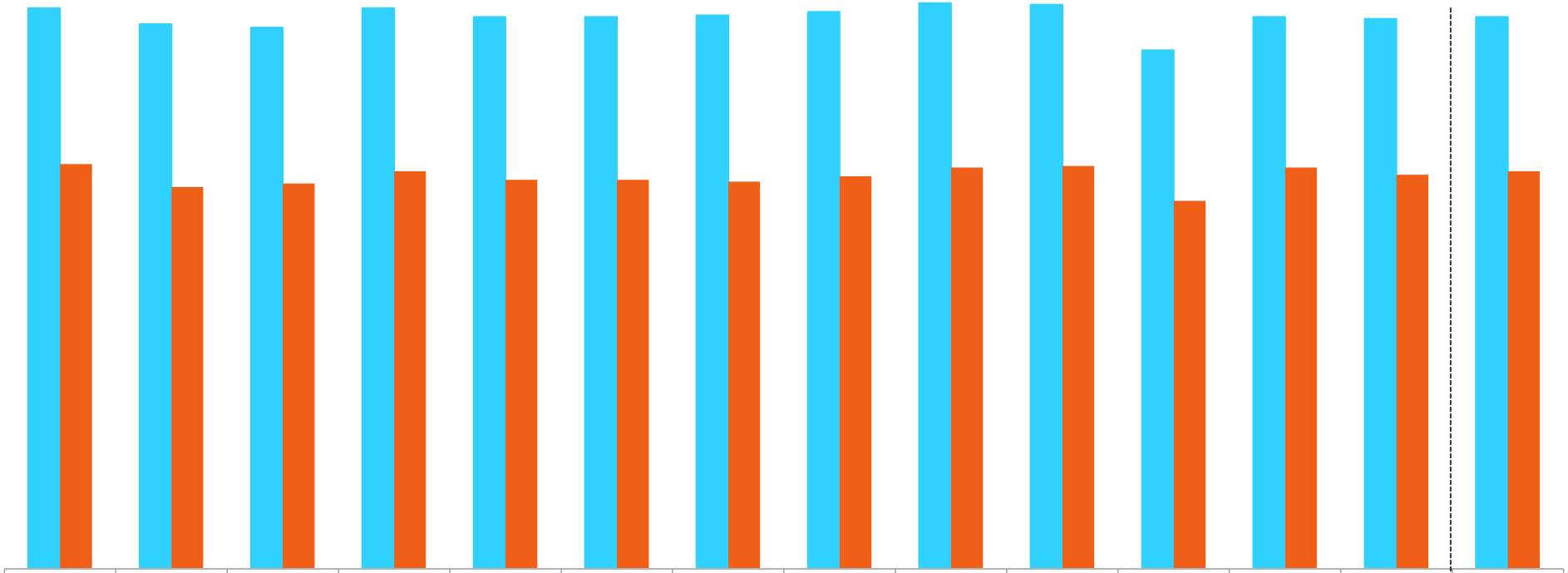


Fonte: NielsenIQTrade*Mis Market Track
* 100= media categoria

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Andamento delle Marche Del Distributore

Totale Grocery - Incidenza % a valore



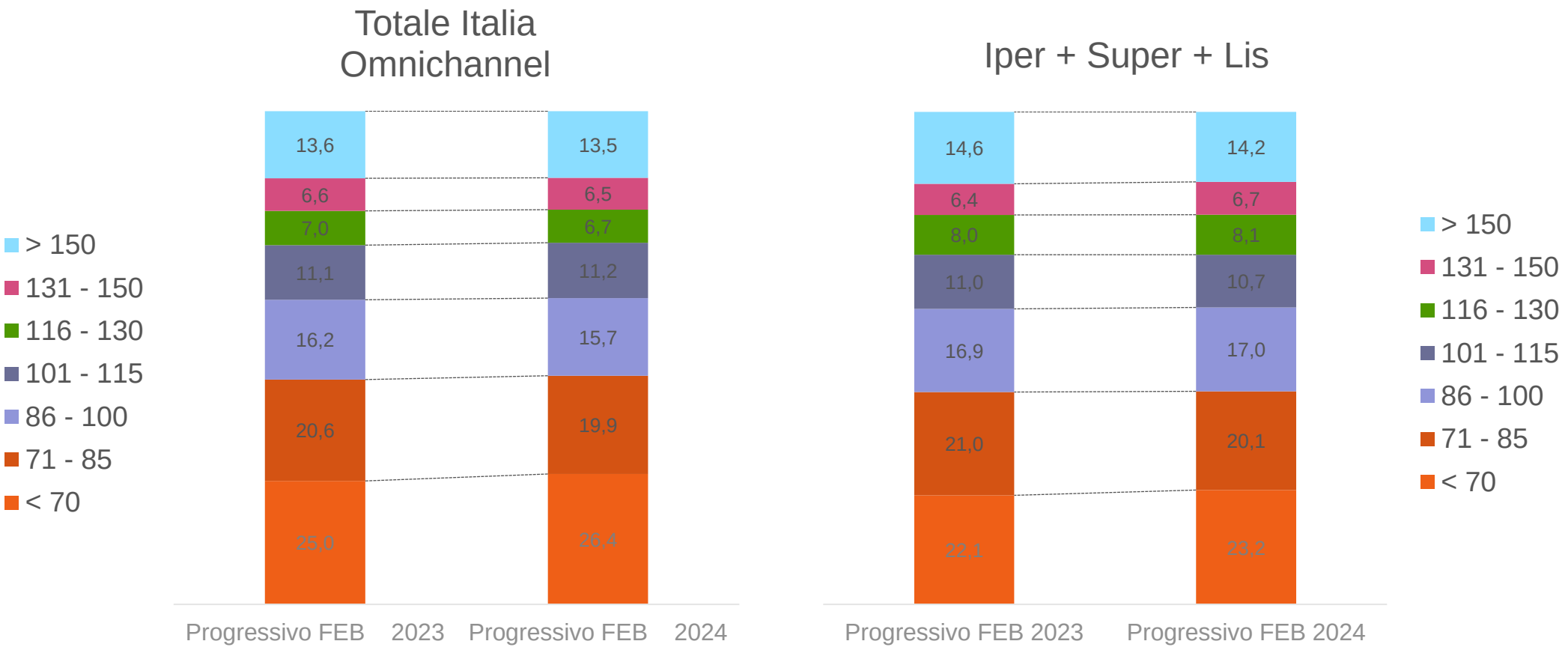
	Feb 23	Mar 23	Apr 23	Mag 23	Giu 23	Lug 23	Ago 23	Set 23	Ott 23	Nov 23	Dic 23	Gen 24	Feb 24	Progr. 2024
Italia Omnichannel	32	31,1	30,9	32	31,5	31,5	31,6	31,8	32,3	32,2	29,6	31,5	31,4	31,5
Ip+Sup+Lis	23,1	21,8	22	22,7	22,2	22,2	22,1	22,4	22,9	23	21	22,9	22,5	22,7

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.