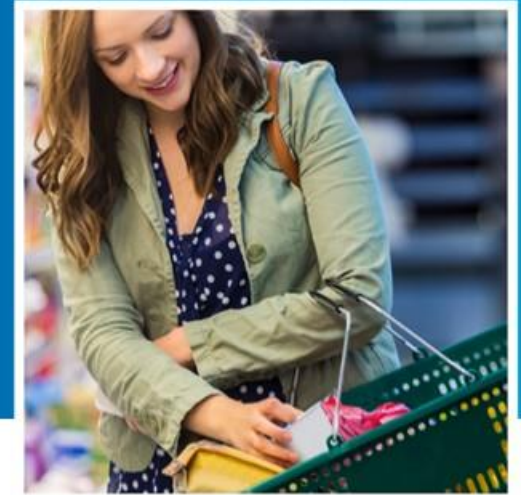

Le dinamiche dei consumi di carni e salumi in Italia

La prospettiva della Grande Distribuzione

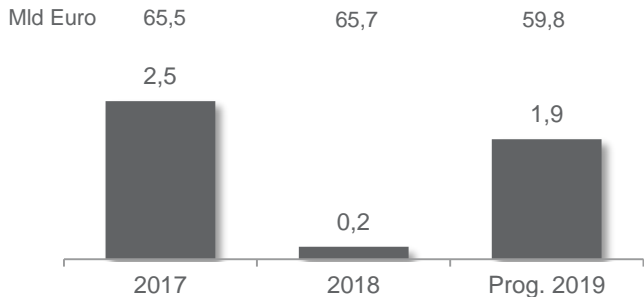
Marco Limonta
Business Insights Director

Sommacampagna (VR), 24 gennaio 2020

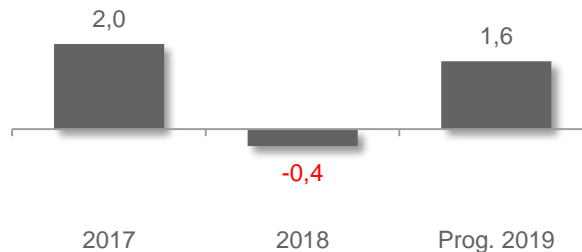


L'andamento 2019 della Distribuzione Moderna si caratterizza per una crescita dei volumi a fronte di prezzi deboli

Vendite a valore e trend%

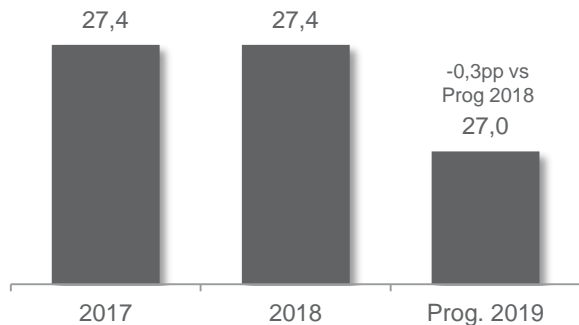


Vendite a volume e trend%

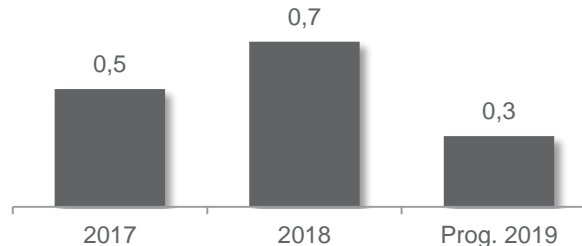


- Nonostante il rallentamento degli ultimi mesi il montante da inizio anno porta un bilancio ampiamente positivo per le vendite LCC.
- L'evoluzione dei prezzi medi è di poco superiore alla «crescita 0» frenando lo sviluppo dei fatturati.

Pressione Promo % (a Valore)*



Andamento dei Prezzi

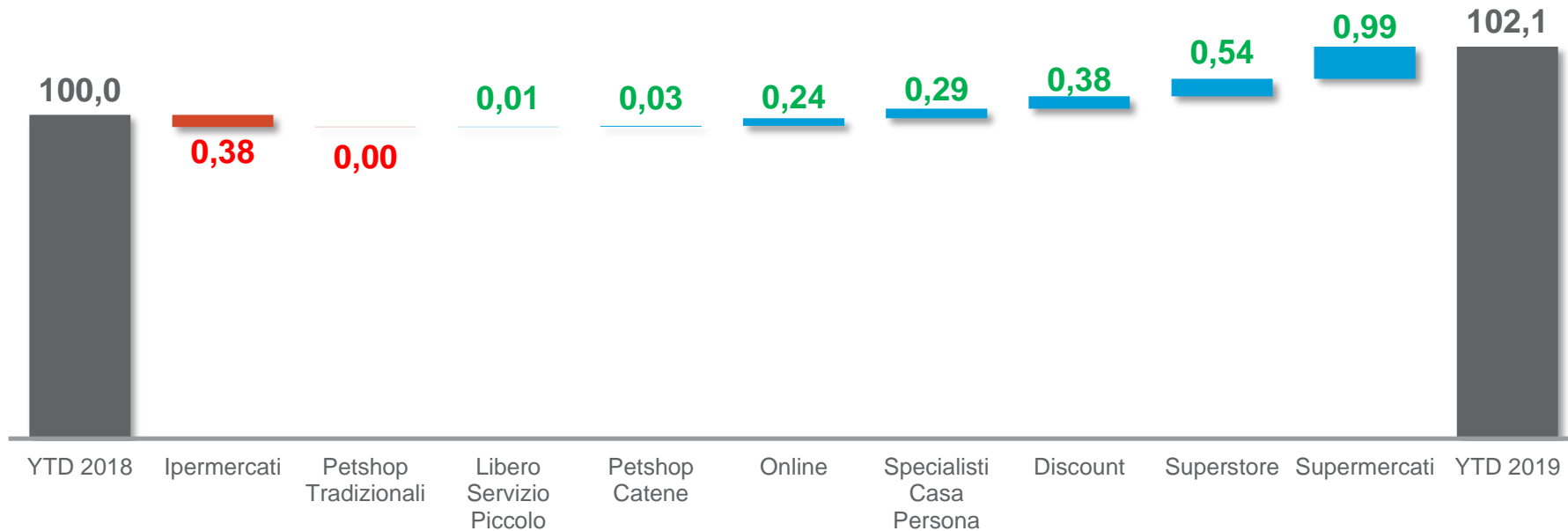


Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount- Volumi =Valori a prezzi costanti.

* Il calcolo promozionale è ad esclusione del canale Discount. Prog. 2019 aggiornato a Novembre

Considerando i canali che IRI rileva, Supermercati, Superstore e Discount contribuiscono maggiormente alla crescita. Online cresce molto. Ipermercati soffrono

LCC – Contributi alla crescita delle vendite – Punti percentuali¹ – YTD 2019

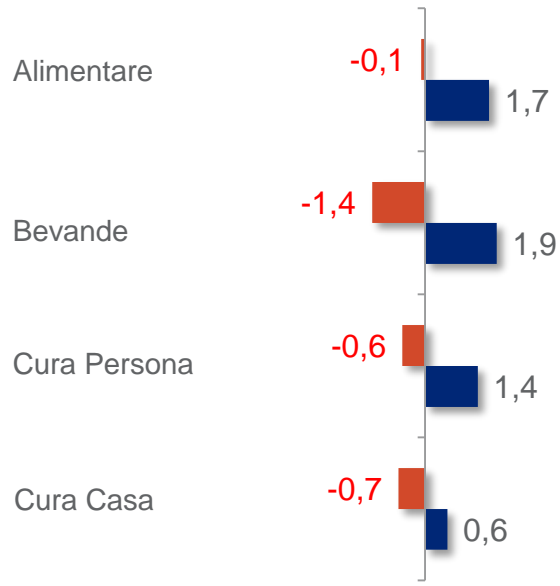


Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Petshop Tradizionali + Petshop Catene + Discount + Online.

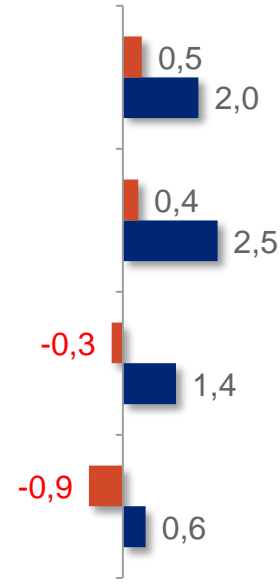
¹Punti percentuali di variazione rispetto all'anno precedente. YTD novembre 2019 vs YTD novembre 2018. Indici delle vendite a valore 2018 = 100.

Tutti i comparti mostrano una ripresa nel 2019 rispetto alla chiusura del 2018, si conferma una crescita maggiore del Food & Beverage rispetto al chimico

Trend % vendite a volume⁽¹⁾



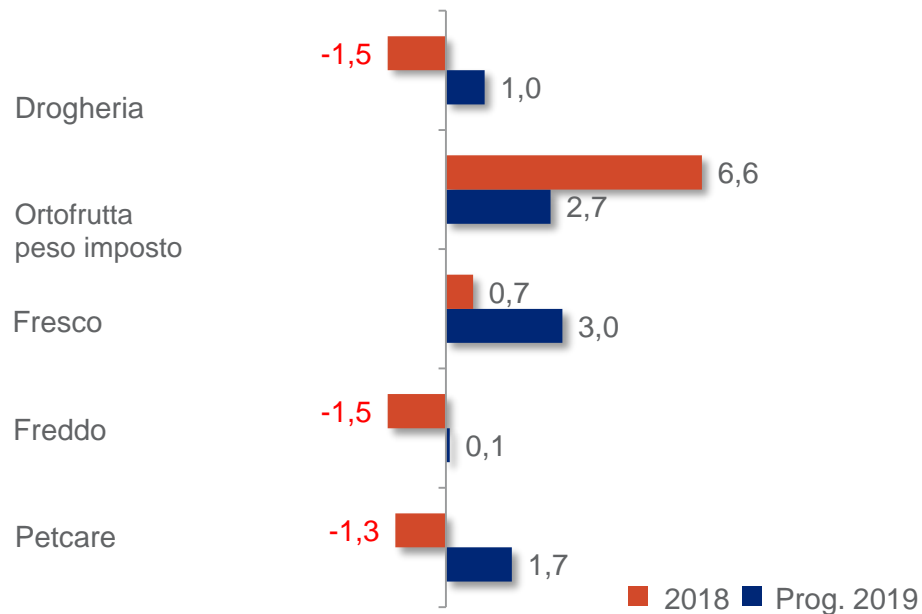
Trend % vendite a valore



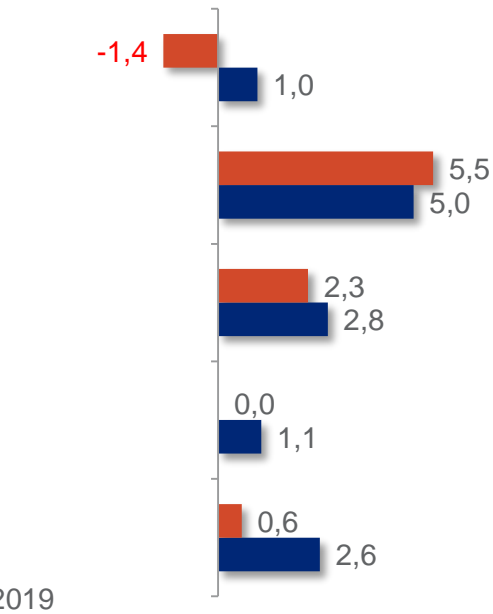
Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount. Volume = Valori a prezzi costanti – Prog. 2019 aggiornato a Novembre

Continua il trend positivo dei Freschi confezionati; La Drogheria inverte il trend del 2018 ma ad un tasso di crescita più contenuto

Trend % vendite a volume⁽¹⁾



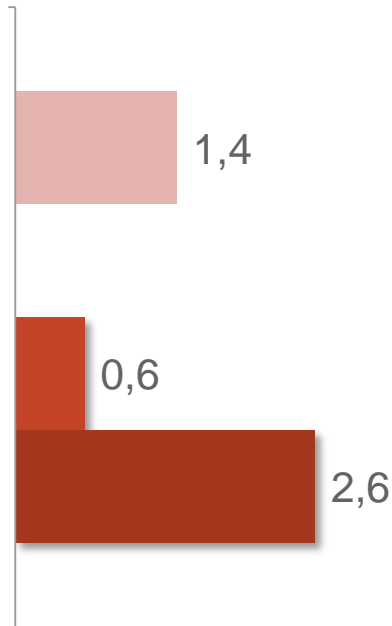
Trend % vendite a valore



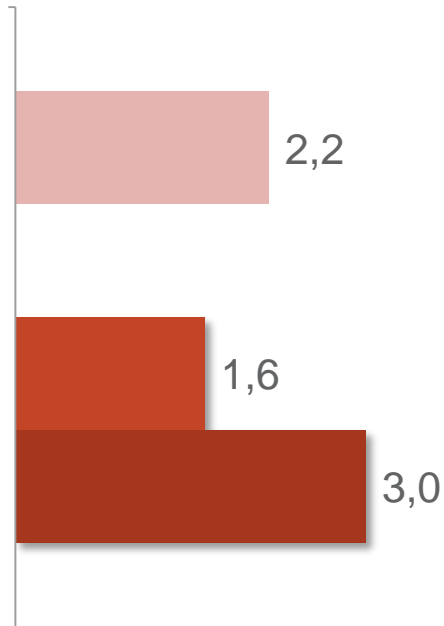
Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount. ¹ Volume = Valori a prezzi costanti – Prog. 2019 aggiornato a Novembre

Il Fresco è positivo anche se si considerano tutti i "banchi", anche se il loro contributo alla crescita è inferiore a quella dei prodotti calibrati

Trend % vendite a volume⁽¹⁾



Trend % vendite a valore



Fatturato (miliardi di €)

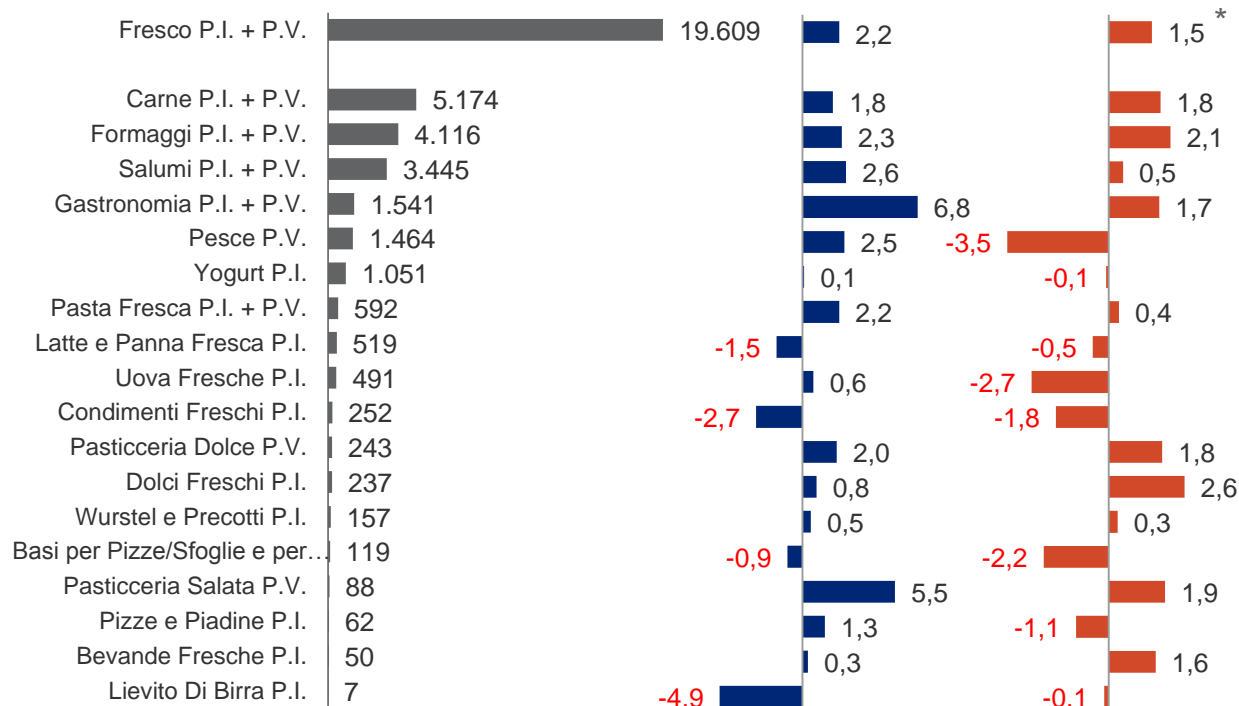


Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati. Aggiornamento: **Progressivo Gennaio-Novembre 2019**, . .

¹ Volume = Valori a prezzi costanti, calcolato a livello categoria

Dinamiche in generale maggiormente positive a valore, sia per effetto degli aumenti dei prezzi sia per un cambio del mix di acquisto

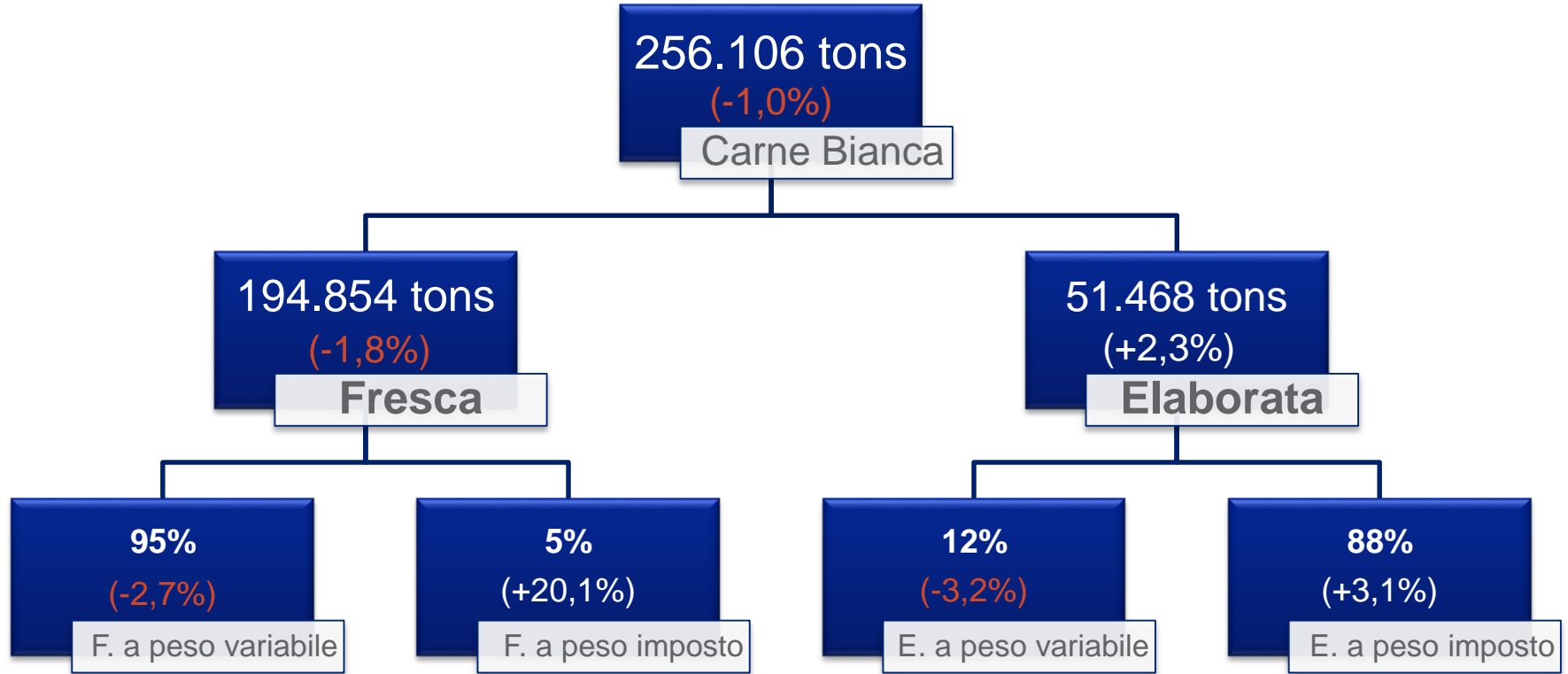
VENDITE IN VALORE (MIO EURO), TREND % DEI SEGMENTI E TREND % DEI PREZZI - Progr. NOV 19



Fonte: IRI Banca Dati ECR - Totale Italia Iper + Super - Totale Fresco Peso Imposto + Peso Variabile (esclusi i volumi delle Uova)

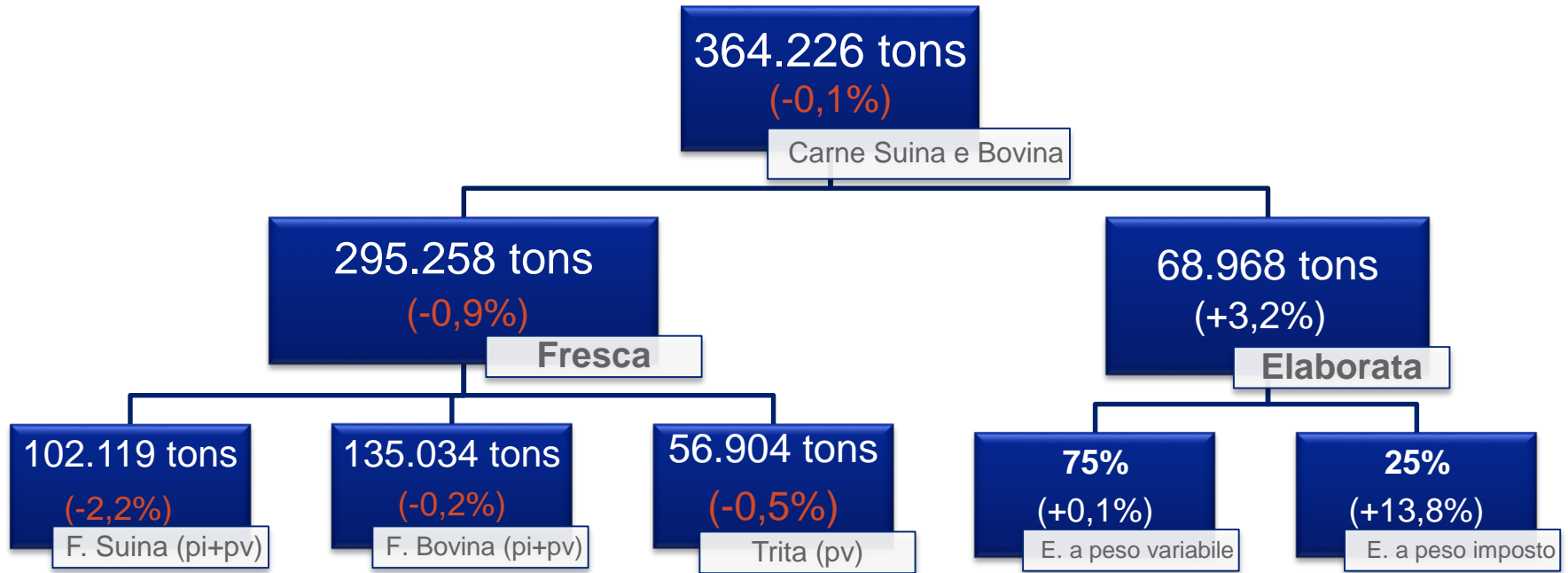
* Esclude le uova

Carni Bianche: l'anno è complessivamente negativo, anche si conferma lo spostamento dei consumi verso I prodotti elaborati e calibrati



Fonte: IRI InfoScan Census® e IRI Random Weight® Iper+ Super. Anno Terminante Novembre 2019

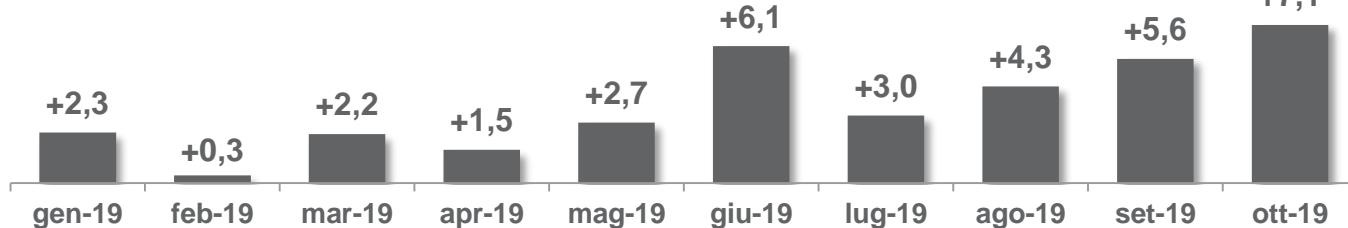
Carni Rosse e Rosa: stabili I volumi, con forte spostamento sui prodotti elaborati.
Per questi, presenza della calibratura ancora ridotta, ma in forte sviluppo.



Fonte: IRI InfoScan Census® e IRI Random Weight® Iper+ Super. Anno Terminante Novembre 2019

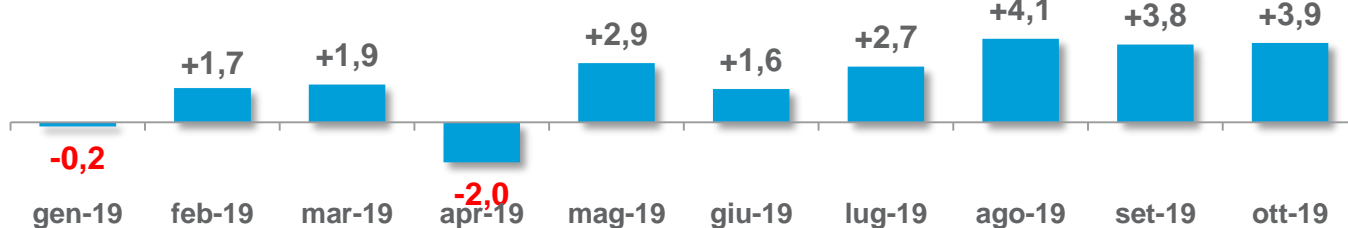
Risalita dei prezzi delle carni suine fresche

Prezzi Suino Fresco Confezionato



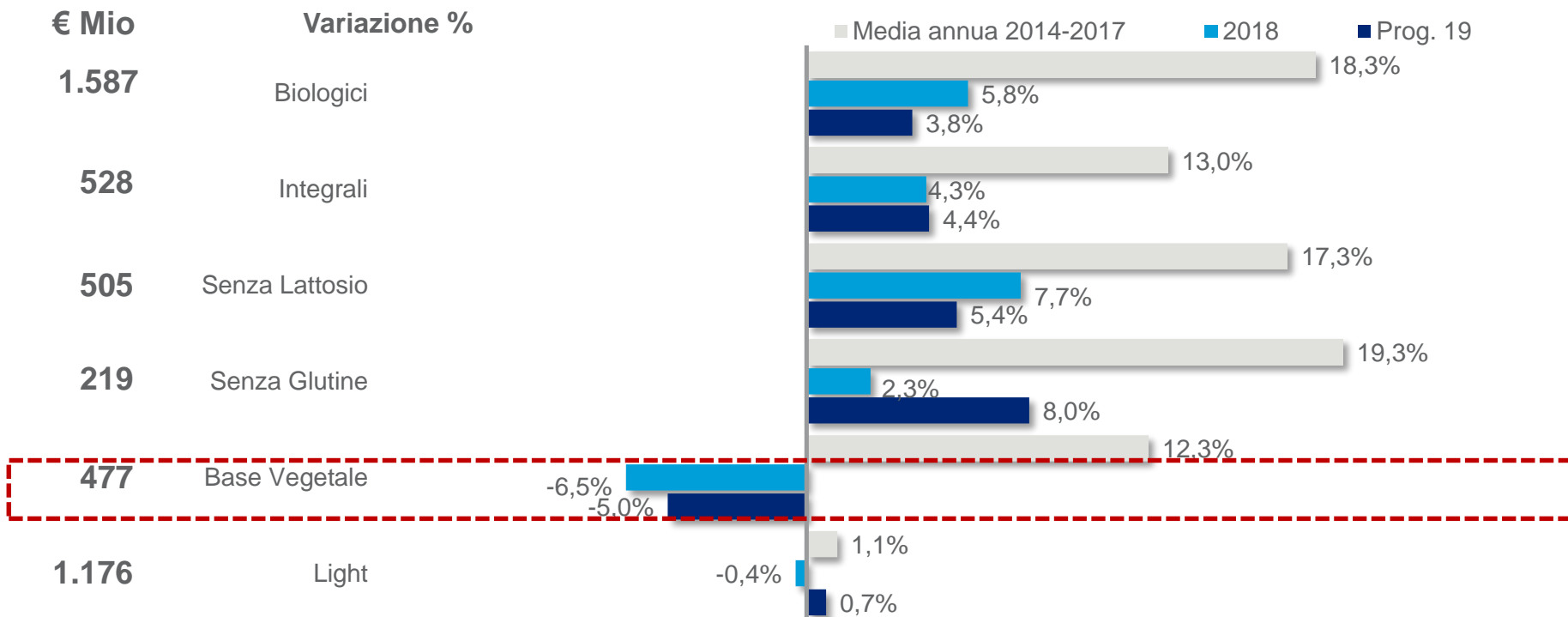
- Le carni fresche hanno trasferito per prime i maggiori costi sui prezzi finali al dettaglio.

Prezzi Suino Fresco a Peso Variabile



Fonte: IRI Infoscan Census e Random Weight. Ipermercati e Supermercati. Variazioni % verso mese corrispondente del 2018

I trend-setter che hanno caratterizzato la crescita negli ultimi anni stanno rallentando la loro dinamicità e, in alcuni casi stanno segnando il passo



Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo. Vendite a valore Anno 2018. Progressivo 2019 aggiornato ad Agosto

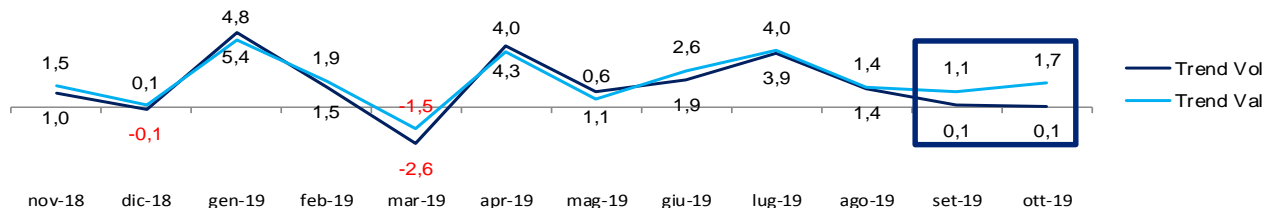
Il mercato dei salumi torna a crescere nel corso del 2019

SALUMI + WURSTEL: peso imposto + peso variabile

Totale Italia Iper + Super + Superette

Commenti

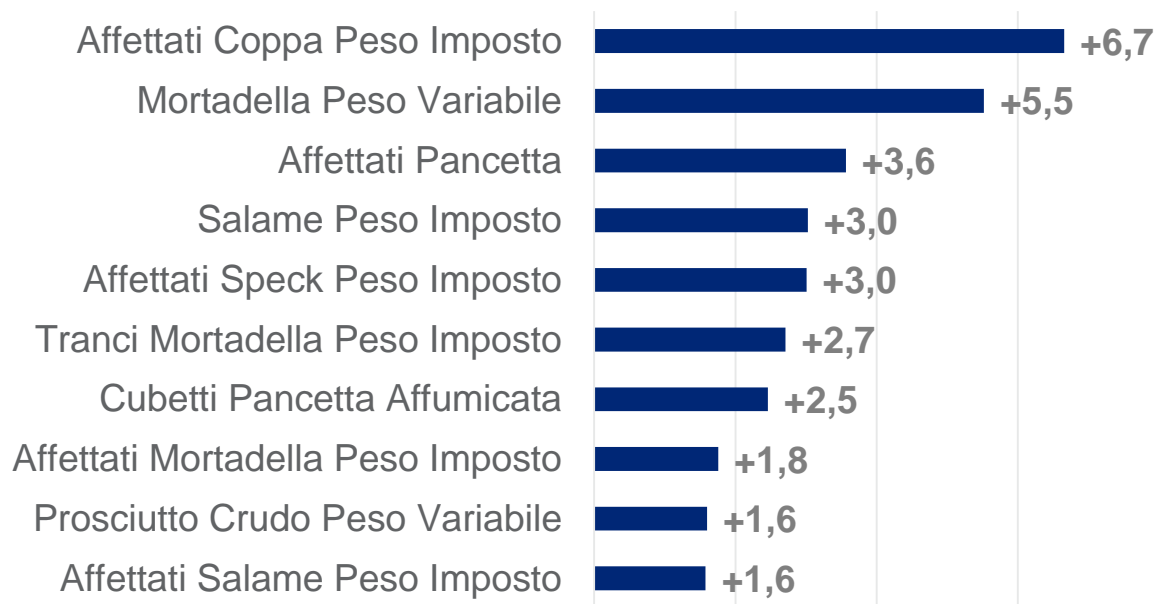
Totale Italia	AT
Vendite in Volume (Mio kg)	299,5
Variazione % Volume	1,3
Vendite in Valore (Mio €)	4.869,2
Variazione % Valore	1,7
Prezzo Medio a Volume	16,26
Variazione %	0,4



- Dopo il calo dei volumi registrato nel 2018, in ripresa i consumi di Salumi nel 2019.
- Trend positivi soprattutto nel periodo estivo e nelle festività
- Negli ultimi 2 mesi assistiamo ad una divaricazione dei trend a volume e a valore, indice del fatto che le tensioni sui prezzi della materia prima si stanno scaricando sul sell out

Ottobre mostra una crescita dei prezzi, importante per alcune categorie di salumi

Prime 10 categorie di salumeria per aumento dei prezzi medi (ottobre 2019 vs corrispondente)



- Gli Affettati a peso imposto sono fra le merceologie che segnano i maggiori rincari.
- Sono colpite anche alcune produzioni tipiche.
- In generale il processo di trasmissione sui prezzi al dettaglio è ancora alla fase iniziale.

Fonte: IRI Infoscan Census e Random Weight. Ipermercati e Supermercati. Variazioni % verso ottobre 2018

I prodotti a denominazione mostrano un trend a volume leggermente superiore al resto dei salumi, nonostante un prezzo decisamente più alto (più del 60%)

SALUMI: peso imposto + peso variabile

Totale Italia Iper + Super + Superette

AT

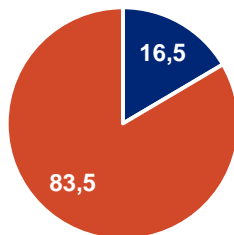
	Vend. Volume (Mio kg)	Variazione % Volume
SALUMI	299,5	1,3
A Denominazione	49,4	1,5
Non A Denominazione	250,0	1,3

Vend Valore (Mio €)	Variazione % Valore
4.869	1,7
1.180	1,8
3.689	1,7

Euro/kg medio	Variazione %
16,26	0,4
23,87	0,3
14,75	0,4

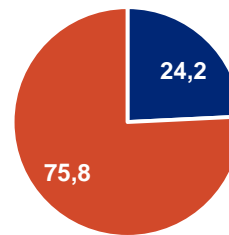
- Performance positive sia a volume sia a valore per i prodotti DOP/IGP.
- Aumento generalizzato del Prezzo sia per i prodotti A denominazione sia per i prodotti Non A denominazione

Volume



■ A Denominazione ■ Non a Denominazione

Valore



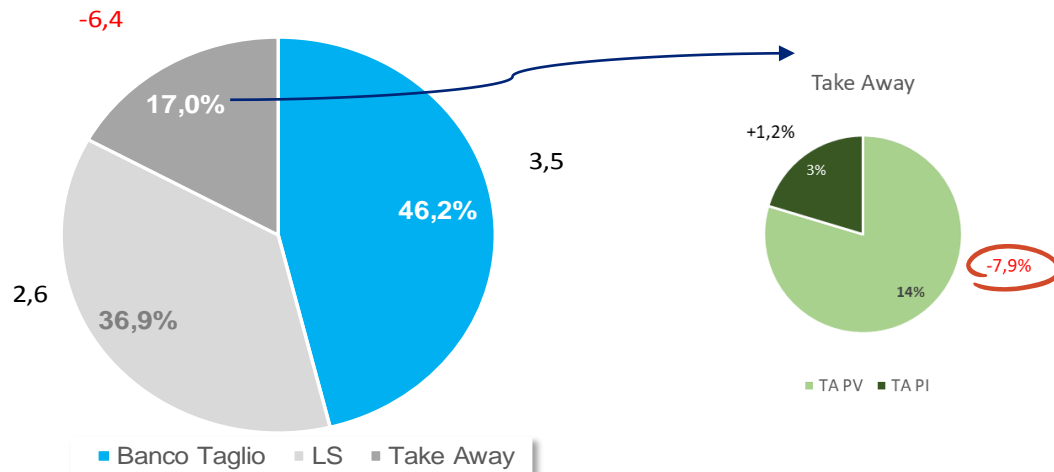
■ A Denominazione ■ Non a Denominazione

Il Banco Taglio ritorna a crescere, forte calo per il Take Away, totalmente dovuto al Take Away Peso Variabile

SALUMI: PI+PV a volume

Totale Italia Iper + Super + Superette

Commenti



- Il Take Away composto da peso imposto e peso variabile è in flessione
- Il banco taglio torna positivo
- Finito il travaso di volumi da TA PV a TA PI; il TA PV rallenta il trend del mercato

Banco Taglio	Prodotti a servizio assistito da banconista
Libero Servizio	Prodotti a peso imposto, tendenzialmente nello scaffale del Libero Servizio, sia in vaschette che in tranci
Take Aw ay (pi+pv)	Prodotti da asporto, sia in vaschette che in tranci, a peso variabile, a cui si sono aggiunte vaschette confezionate calibrate

Tornano a crescere le principali tipologie ad eccezione della Mortadella. Continua la negatività dei Wurstel

SALUMI: PI + PV

Totale Italia Iper + Super + Superette

	V. Vol (tons)	Var % V Vol	V Val (mio €)	Var % V Val	PM Volume	Var % PM	Index
T Salumi	299,5	1,3	4.869,2	1,7	16,26	0,4	100
Prosciutto Cotto	77,3	2,7	1.251,7	2,6	16,19	-0,1	100
Crudo	50,8	1,2	1.201,7	0,8	23,66	-0,4	146
Salame	32,0	1,3	509,8	1,5	15,95	0,1	98
Mortadella	31,3	-0,2	332,1	1,5	10,61	1,7	65
Speck	10,7	0,3	195,6	-0,2	18,28	-0,5	112
Bresaola	13,2	5,6	421,9	4,7	32,01	-0,9	197
Salamini	6,5	0,9	109,4	2,3	16,81	1,4	103
Altri Salumi Wurstel	34,8	-1,3	180,1	-2,0	5,18	-0,7	32
Altri Salumi Pancetta	18,2	-0,8	239,2	-0,8	13,16	0,1	81
Altri Salumi Arrosti	11,8	6,0	196,8	5,1	16,72	-0,9	103
Altri Salumi Altri Salumi	5,7	-0,9	111,2	2,6	19,60	3,5	121
Altri Salumi Coppa	4,1	-1,6	70,8	-2,3	17,08	-0,7	105
Altri Salumi Guanciale	1,7	15,7	25,2	18,0	14,73	2,0	91
Altri Salumi Misti	0,7	9,3	10,6	7,6	14,56	-1,6	90
Altri Salumi Lardo	0,7	-8,5	13,1	-6,5	17,79	2,2	109

Commenti

- Positivi il Prosciutto Cotto e il Crudo
- L'aumento prezzi nella Mortadella porta ad una crescita di valore nonostante il calo dei volumi
- Pancetta e Coppa evidenziano un calo sia a volume che a valore
- Continuano le ottime performance per Bresaola ed Arrosti

THANK YOU!



Per maggiori informazioni contattare:

Information Resources srl
via dei Missaglia, 97 20142 Milano, Via Tirone 11/13, 00146 Roma
Marketing.Italy@iriworldwide.com
+39 02 52579 1

Follow us on Twitter: [@IRI_INTL](https://twitter.com/IRI_INTL)