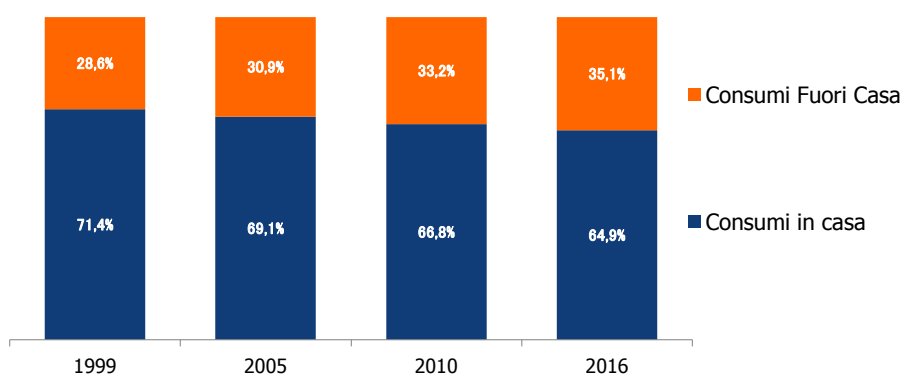


CRESCENTE PESO DEI CONSUMI FUORI CASA Dinamica consumi alimentari in casa e fuori casa

Quote % su valori a prezzi correnti



Nuovi ritmi di vita impongono brevi pause pranzo, tempi più stretti per la preparazione dei pasti ma, al tempo stesso, emerge il desiderio di coniugare cibo ed intrattenimento

Fonte: Istat e Rapporto Fipe, 2017

CAMBIAMENTI CERTIFICATI DAI NUMERI DEL SETTORE E DALLA CRISI DEGLI IPERMERCATI

La superficie complessiva di vendita della GDO non aumenta più

Crescita media annua MQ superficie GDO



La produttività degli ipermercati è diminuita del 22% in un decennio

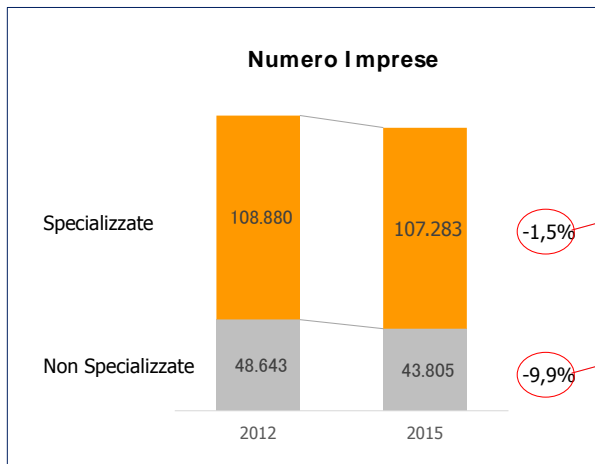
Vendite/ MQ Ipermercati



➔ Crescono (in numerica e produttività) i grandi supermercati "multispecializzati" in città e i discount, non più "hard".

Fonte: Elaborazioni Confcommercio su Rapporto Coop 2017

LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO ALIMENTARE SPECIALIZZATO HANNO "TENUTO" MEGLIO



Macellerie ↓
Bevande ↑
Altri prodotti alimentari specializzati (bio, gluten free, vegano...) ↑

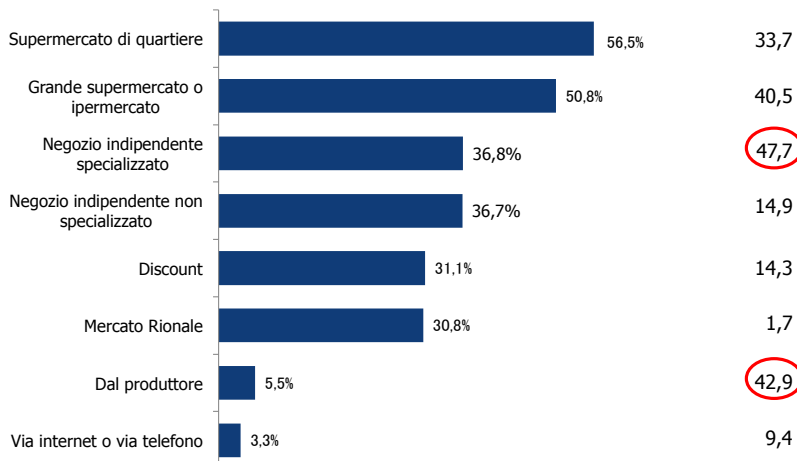
Minimercati ↓

Fonte: Elaborazioni Confcommercio su dati Istat/Asia

I CONSUMATORI ITALIANI SI RIVOLGONO AD UNA MOLTEPLICITÀ DI CANALI DI DISTRIBUZIONE

In quali tipologie di negozi si reca abitualmente per acquistare prodotti alimentari?
(possibili risposte multiple)

INDICE DI SODDISFAZIONE (NPS)



Fonte: Confcommercio-Format, Indagine sui consumi alimentari 29

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MOTIVAZIONI DI SCELTA E POSIZIONAMENTO PERCEPITO DEI FORMATI

Le motivazioni di scelta giudicate importanti	Specializzato	Non Specializzato	Supermercato di quartiere	Super/Iper	Discount	Mercato	Produttore	Online
Qualità dei prodotti freschi	81,3	16,7	44,4	38,6	22,8	63,6	71,7	5,4
Accessibilità	47,8	62,5	53,5	43,4	41,3	63,2	15,2	9,0
Negozio con prezzi concorrenziali	13,2	11,7	42,9	54,7	76,0	23,7	11,8	26,1
Ampiezza della scelta di prodotti	14,5	17,6	37,9	49,3	20,1	17,5	47,6	18,0
Cortesia e disponibilità del personale	39,6	11,6	35,9	21	24,4	31,8	16,1	3,2
Presenza di prodotti locali	35,0	15,2	9,3	10,8	6,9	52,7	61,3	6,8
Velocità nell'acquisto	21,0	26,9	16,8	19	20,7	13,9	16,0	38,6
Orari di apertura	9,3	11,7	18,0	30,3	23,8	3,4	13,3	18,2
Conoscenza dei prodotti da parte del personale	27,2	17,8	4,5	5,4	4,1	10,2	31,8	10,7
Esperienza complessiva nel negozio	18,6	8,5	11,6	28	16,2	7,3	8,0	13,8
Gradevolezza dell'ambiente	20,5	8,4	11,3	18,1	10,1	7,0	2,8	2,3
Facilità nel reperire i prodotti	15,5	17,9	21,6	38,6	22,3	17,7	3,8	22,3

Fonte: Confcommercio-Format, Indagine sui consumi alimentari 31

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

