Consorzio Mortadella Bologna

Il LARGO CONSUMO a chiusura 2017. Mercato Precotti



Marco Limonta
Business Insight Director

Bologna, 19 Aprile, 2018

Agenda

1 | Scenario Macroeconomico

2 | Andamento LCC. Confronto con RW. Il Fresco.

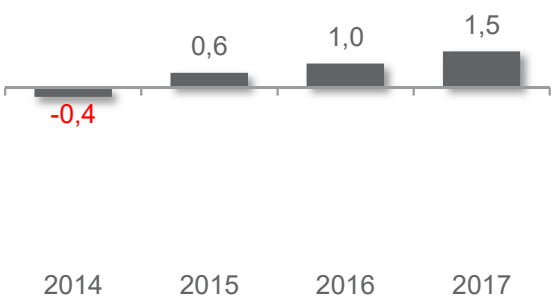
3 | Il mercato dei Salumi

4 | Focus su Precotti

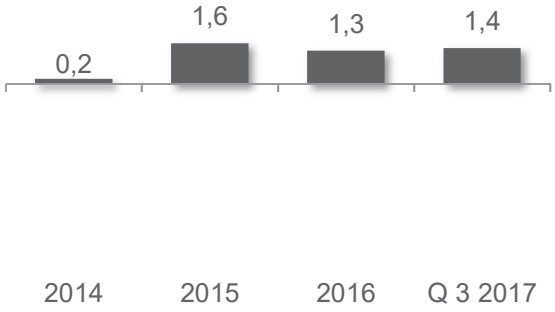
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

In Italia la ripresa continua a rafforzarsi.

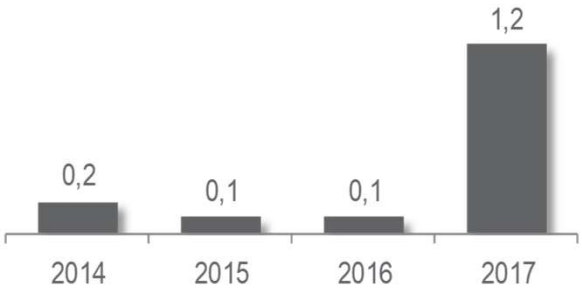
Trend tendenziale del pil



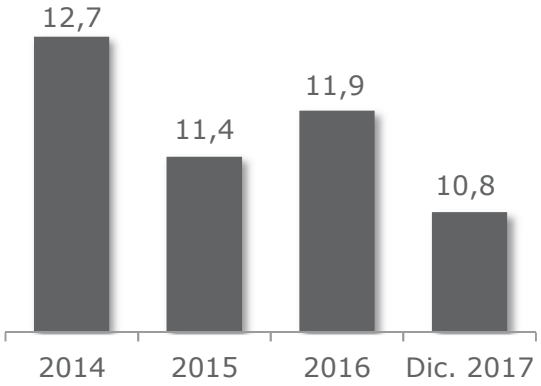
Trend tendenziale dei consumi (1)



Inflazione(2)



Disoccupazione(3)



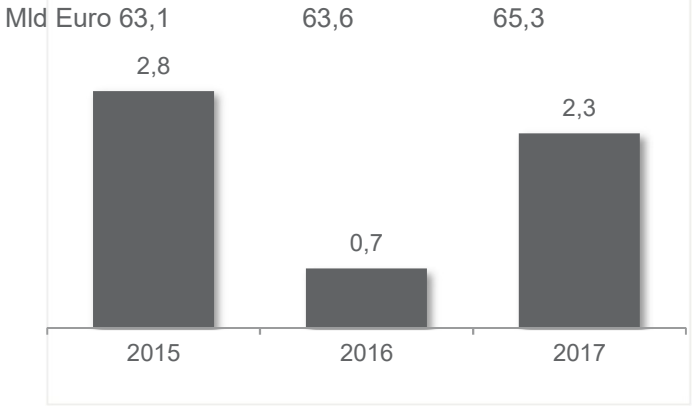
- Nel 2017 il Pil italiano è aumentato dell'1,4% rispetto all'anno precedente.
- A dicembre 2017, l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività aumenta dello 0,4% su base mensile e dello 0,9% rispetto a dicembre 2016. In media, nel 2017 i prezzi al consumo registrano una crescita dell'1,2%
- Dopo l'incremento di novembre 2017 la stima degli occupati diminuisce a dicembre dello 0,3% (-66 mila), tornando al livello di ottobre. Il tasso di disoccupazione si attesta al 10,8%.

Fonte: ISTAT. (1) Spesa per consumi finali delle famiglie residenti, (2) Prezzi al consumo. (3) Tasso di disoccupazione, destagionalizzato.

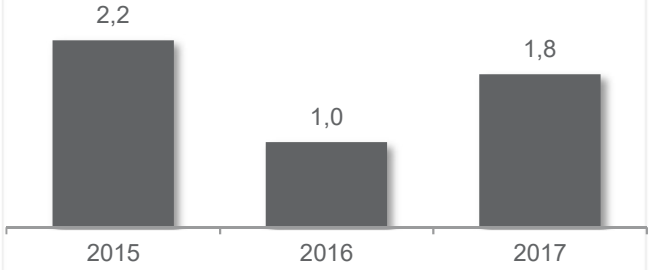
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il 2017 si conclude con un bilancio positivo per le vendite LCC.

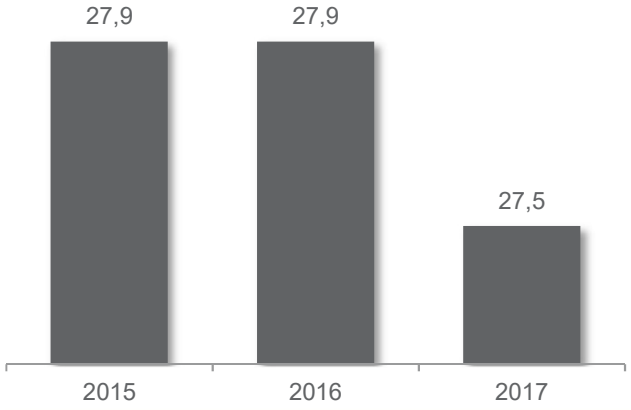
VENDITE A VALORE E TREND %



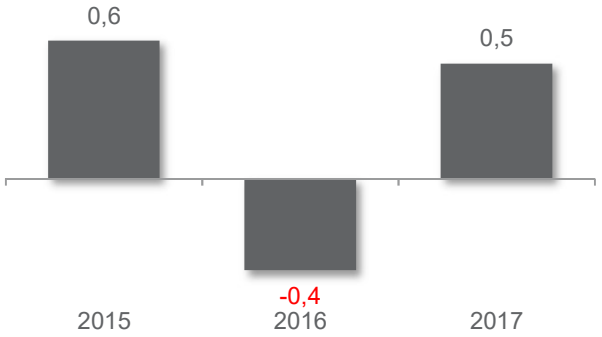
VENDITE A VOLUME E TREND %



PRESSIONE PROMO % (A VALORE)*



ANDAMENTO DEI PREZZI



COMMENTI

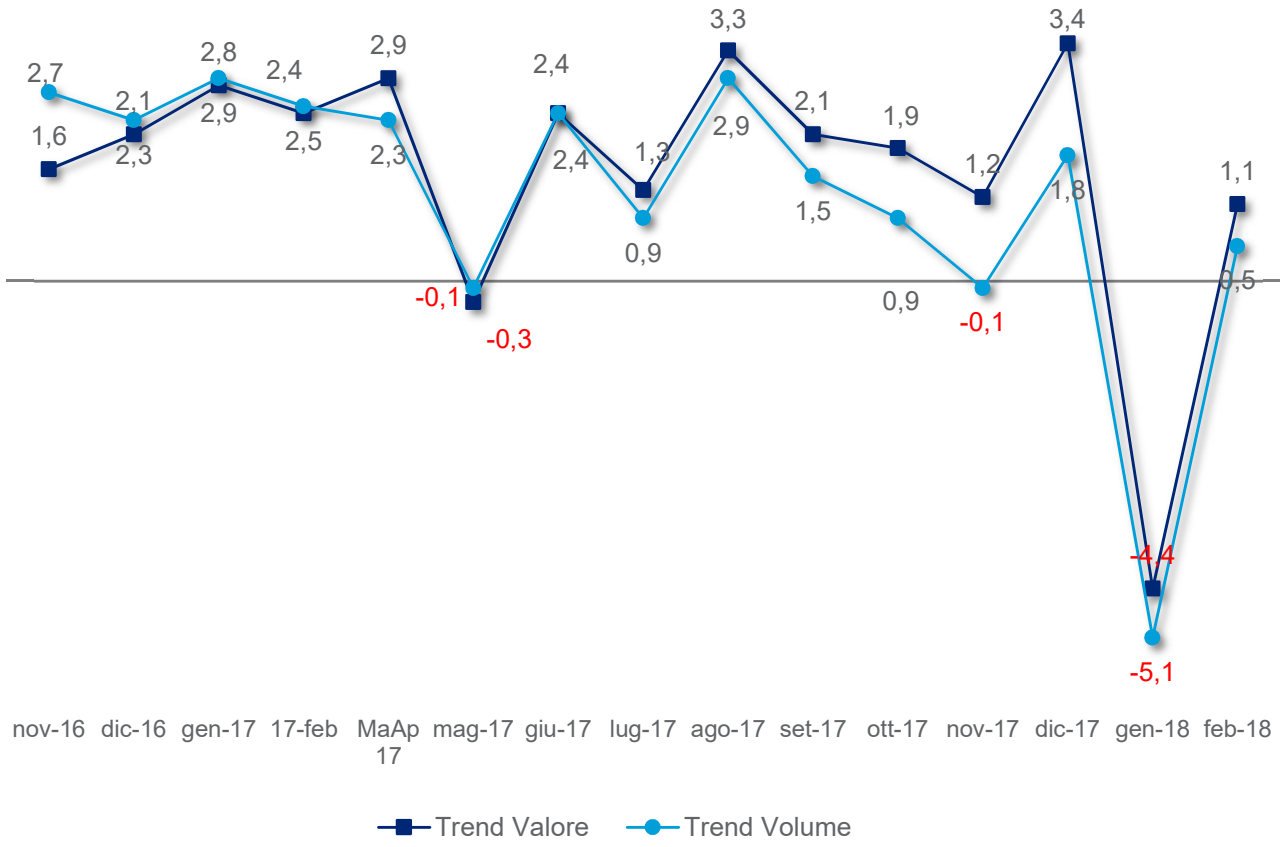
- Il colpo di coda di dicembre consolida il saldo positivo delle vendite LCC nel 2017: la ripresa di tono della domanda e un andamento climatico favorevole sono stati i principali fattori di rilancio.
- I prezzi si sono rafforzati soprattutto nell'ultimo trimestre, portando la media annua sul mezzo punto percentuale di crescita.
- Il ricorso alle promozioni di prezzo si è ridotto rispetto all'anno precedente.

Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount- Volumi =Valori a prezzi costanti.
* Il calcolo promozionale è ad esclusione del canale Discount

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Dopo il crollo del comparto registrato a gennaio, tornano in positivo le vendite LCC a febbraio 2018

Largo Consumo Confezionato - trend % delle vendite



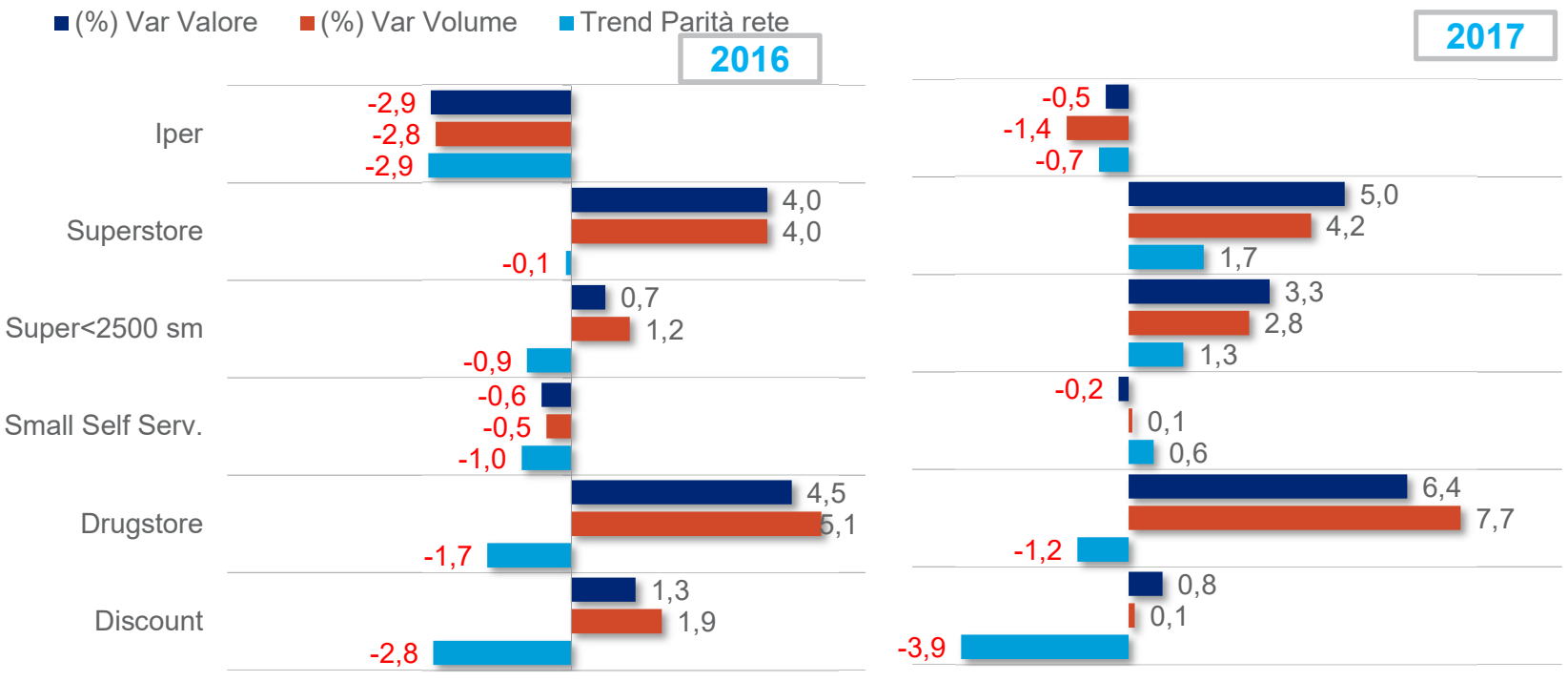
- Dopo le pesanti negatività del comparto in gennaio, il Largo Consumo ritorna in positivo nel mese di febbraio.
- Buona soprattutto la ripresa della spesa, sostenuta dal moderato rialzo dei prezzi.

Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount - Volume = Valori a prezzi costanti.

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Si conferma la crisi degli Ipermercati. Crescono Superstore. Drugstore e Discount positivi grazie all'ampliamento della rete

LCC TREND (%) PER CANALE – ANNO 2016 e ANNO 2017



Fonte: IRI. Iper, Super, Small Sel Service, Drugstores, Discount. Totale LCC, Anno 2017. Volumi = Valori a prezzi costanti

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Le Bevande sono il comparto più dinamico del 2017 sospinte dal clima estivo eccezionalmente caldo.

TREND % VENDITE A VOLUME(1) E VENDITE A VALORE



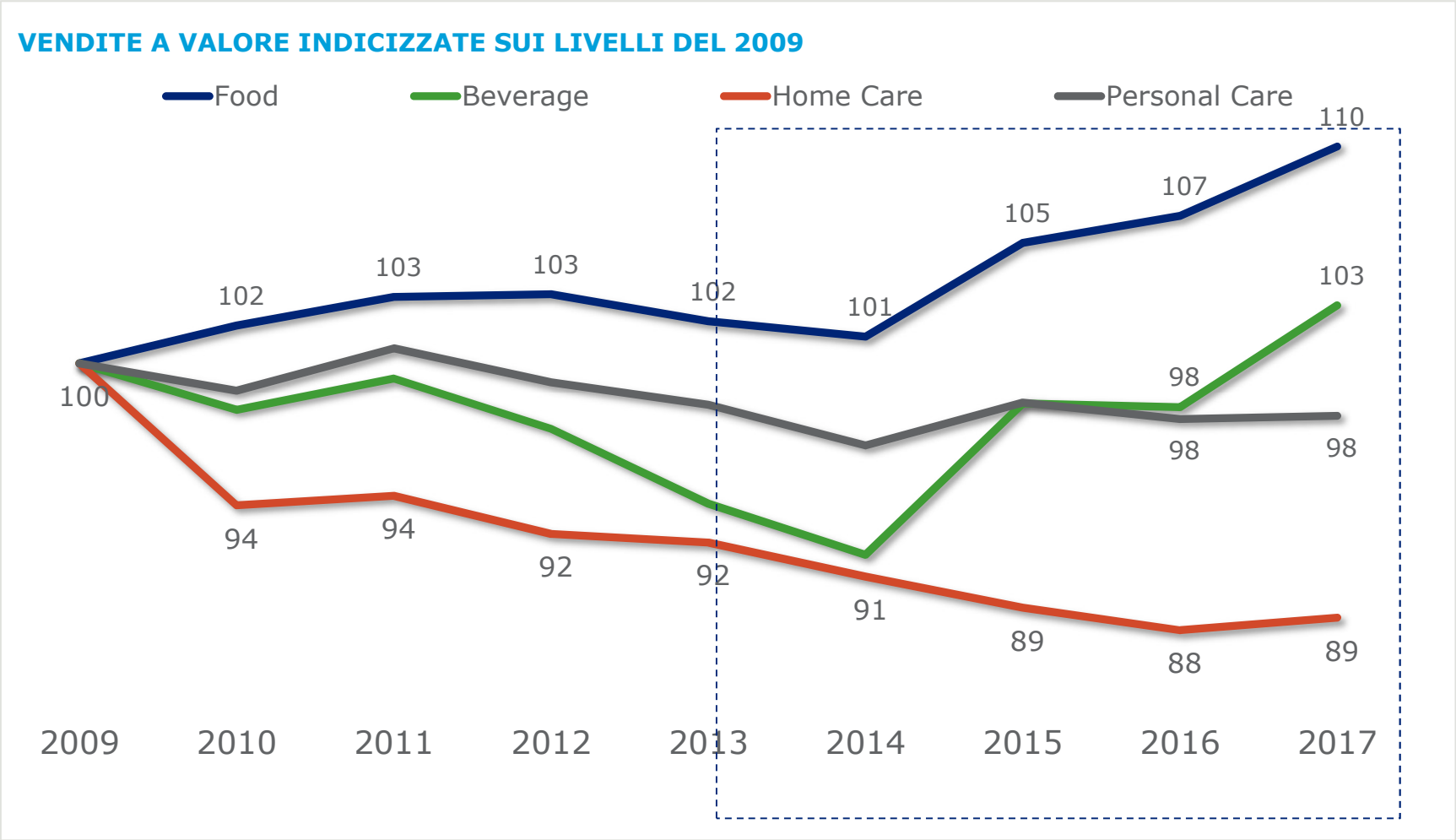
COMMENTI

- L'alimentare ripete il buon risultato del 2016 per la crescita dei volumi ed accelera come sviluppo dei ricavi in conseguenza del rafforzamento dei prezzi.
- In crescita le vendite a volume anche per il Cura Casa ed il Cura Persona, ma la perdurante debolezza dei prezzi ha frenato lo sviluppo dei fatturati.

Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount. [1] Volume = Valori a prezzi costanti

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il consumatore ha spostato l'allocazione della propria spesa verso l'alimentare riducendo le risorse dedicate agli altri reparti

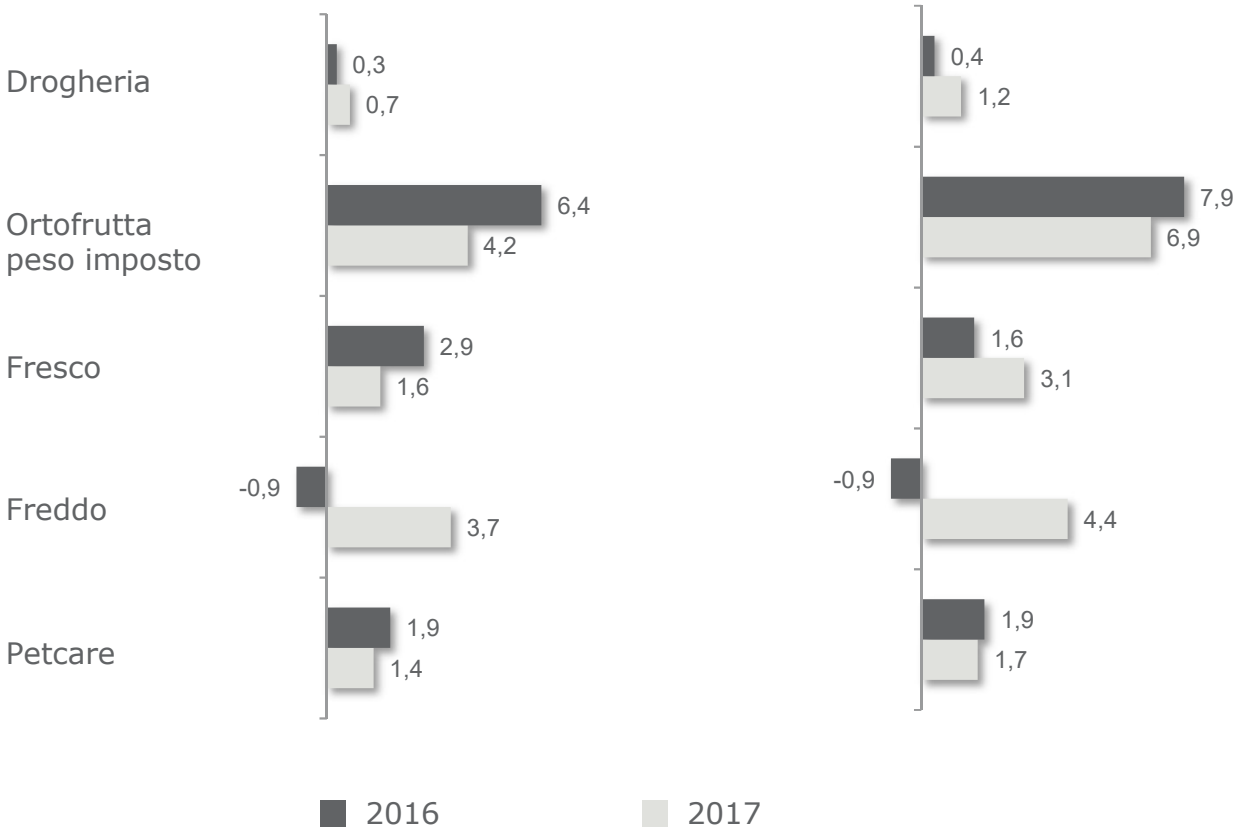


Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore.

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Anche grazie alla stagione positiva per i Gelati, il Freddo è la “star” della crescita alimentare nel 2017.

TREND % VENDITE A VOLUME[1] E VENDITE A VALORE



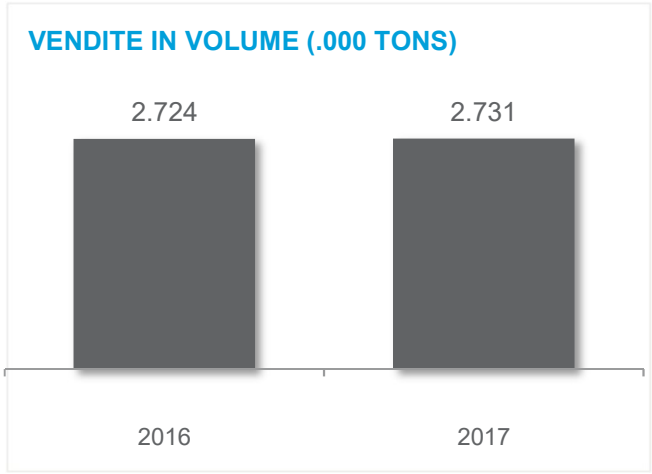
COMMENTI

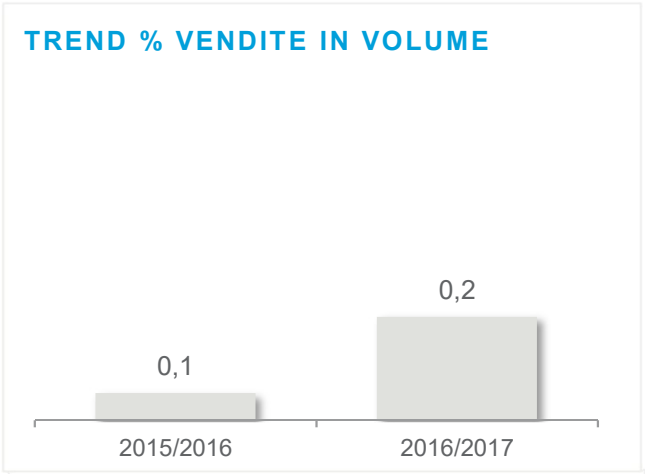
- Freschi ed Ortofrutta segnano un altro passo positivo delle vendite in volume, anche se il rafforzamento dei prezzi ne ha frenato la corsa rispetto al 2016.
- L’Ortofrutta è così performante anche grazie al progressivo effetto di calibratura di prodotti a peso variabile
- I prezzi sono cresciuti in tutti i reparti sostenendo lo sviluppo dei ricavi.

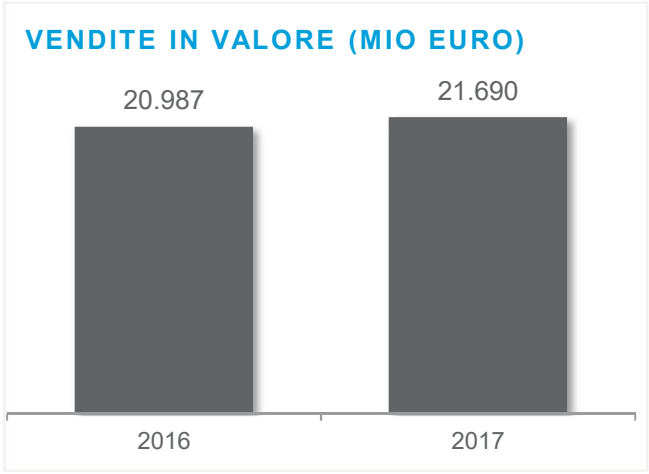
Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount. [1] Volume = Valori a prezzi costanti

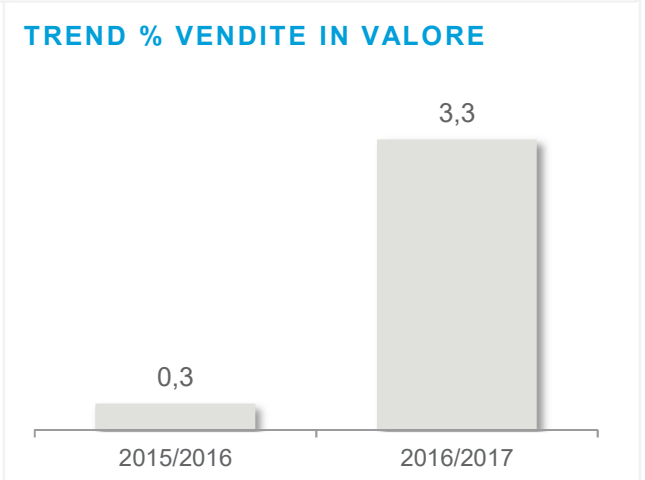
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Includendo anche il peso variabile, il Fresco è stabile a volume e cresce bene a valore, grazie ad un aumento generalizzato dei prezzi







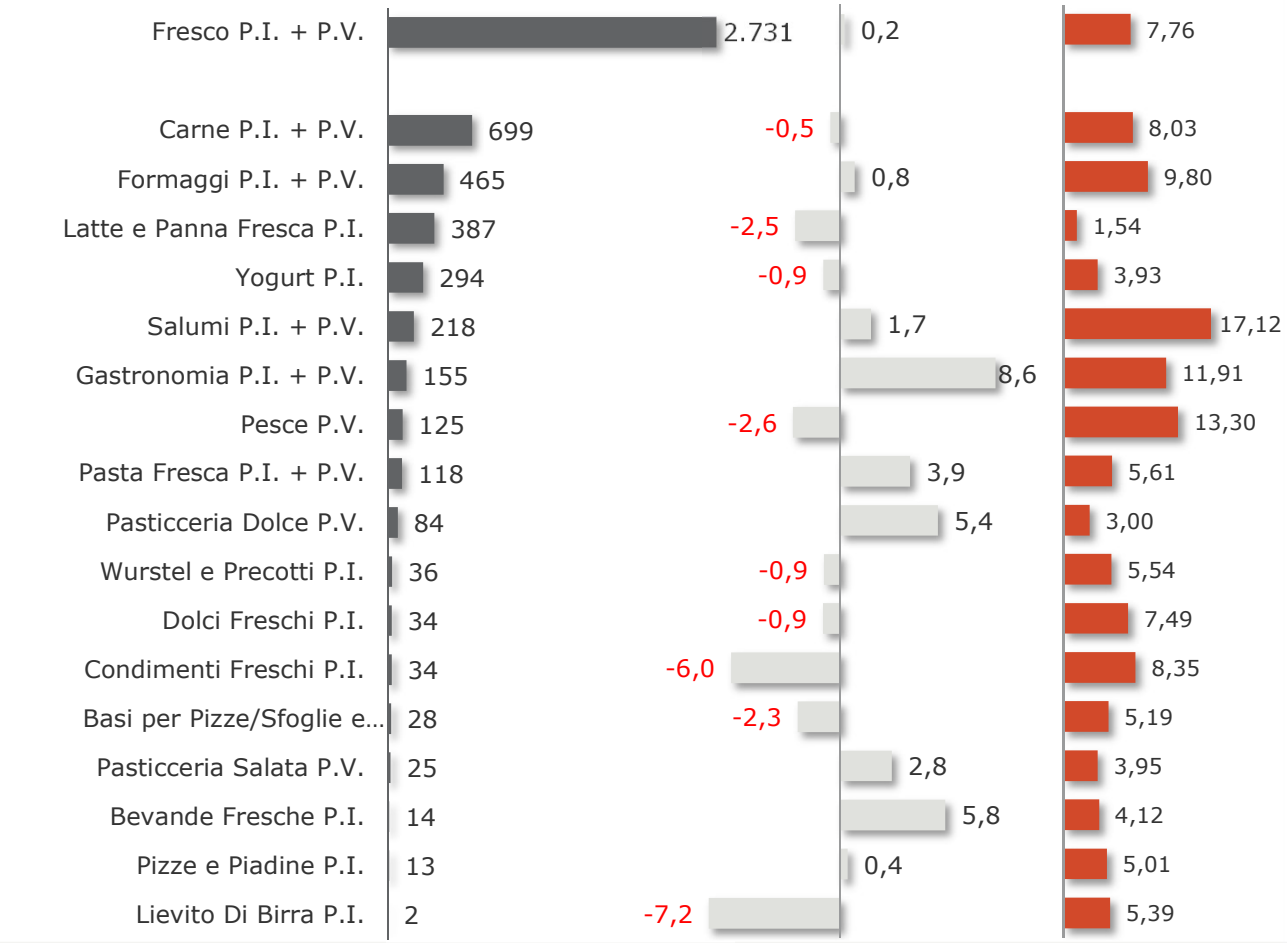


Fonte: IRI Banca Dati ECR - Totale Italia Iper + Super – Totale Fresco Peso Imposto + Peso Variabile (esclusi I volumi delle Uova)

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Latte, Pesce e Condimenti sono i segmenti che maggiormente hanno frenato la crescita

VENDITE IN VOLUME (.000 TONS), TREND % E PREZZI MEDI IN VOLUME DEI SEGMENTI



COMMENTI

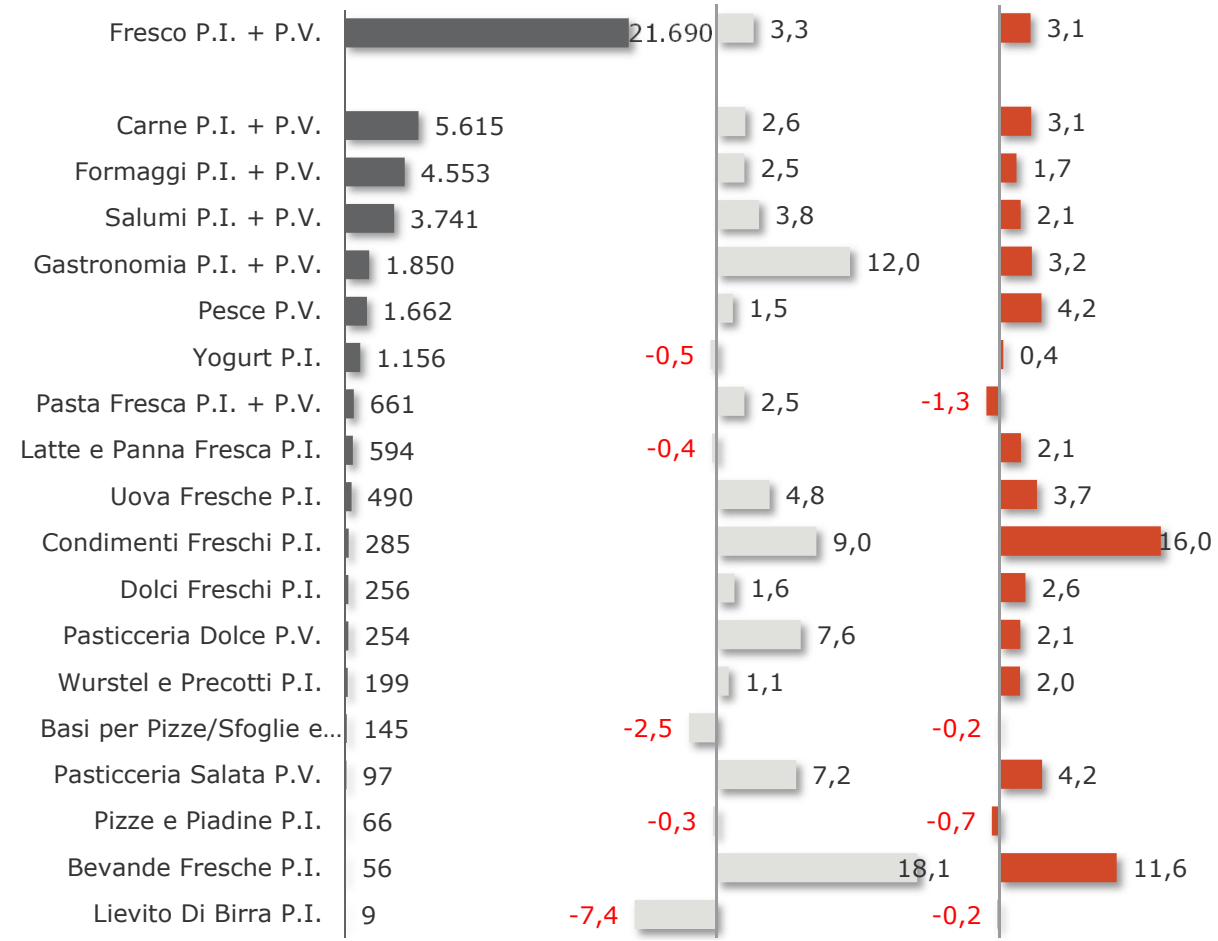
- La carne contiene le perite a volume, dopo la forte difficoltà registrata negli ultimi anni
- Gastronomia cresce sia sui prodotti a peso imposto (forte incidenza della Gastronomia Vegetale, del Sushi e del Salmone Affumicato), sia nel banco a peso variabile

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

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Dinamiche 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



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

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il segmento Premium registra le performance migliori

LCC - PERFORMANCE DEI SEGMENTI DI OFFERTA (GRIGLIA PREZZI)

TOTALE LCC: +0,4%	Quota Valore (2017)	Var.% Valore (2017)
Segmento Premium	**19,1**	**+4,8**
Marca Industriale (>130)	15,9	+3,5
Marca Distributore (Premium+Bio Eco+Funzionale)	3,2 (16,8*)	+11,9
Segmento Mainstream	**76,5**	**+1,8**
Marca Industriale High (100-130)	32,3	+0,4
Marca Industriale Medium (65-99)	29,6	+3,5
Marca Del Distributore (Linea Insegna+Kids)	14,0 (18,3*)	+1,8
Segmento Primo Prezzo	**4,4**	**+2,3**
Marca Industriale (<65)	3,7	+4,4
Marca Del Distributore (Linee Primo Prezzo+Altre)	0,7 (15,9*)	-7,6

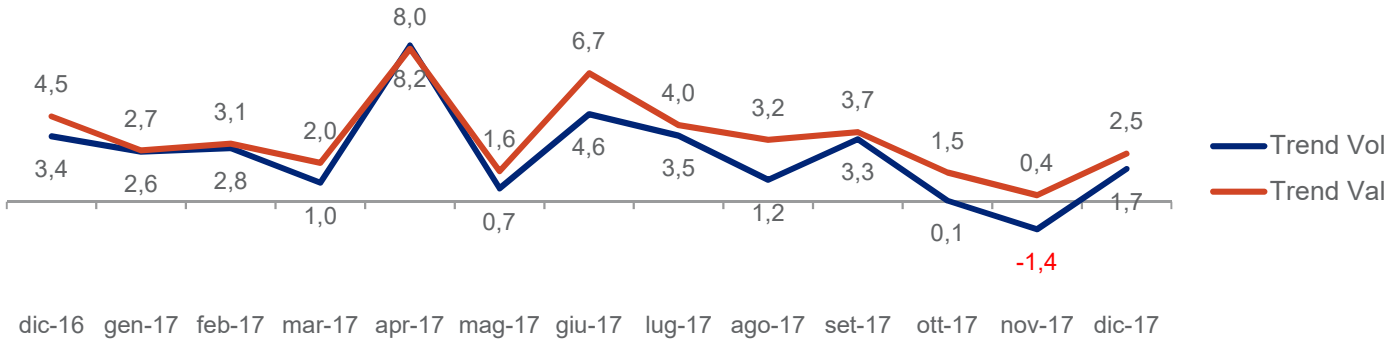
Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo.*Quote relative nel Segmento

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il mercato dei salumi registra un trend positivo sia a valore che a volume

SALUMI: peso imposto + peso variabile | **Totale Italia Iper + Super + Superette**

Totale Italia	AT
Vendite in Volume (Mio kg)	**261,6**
Variazione % Volume	2,3
Vendite in Valore (Mio €)	**4.571,8**
Variazione % Valore	3,3
Prezzo Medio a Volume	**17,48**
Variazione %	1,0



Commenti

- La prima parte del 2017 si è caratterizzata da un trend importante delle vendite
- Continua il rimbalzo positivo rispetto al 2016

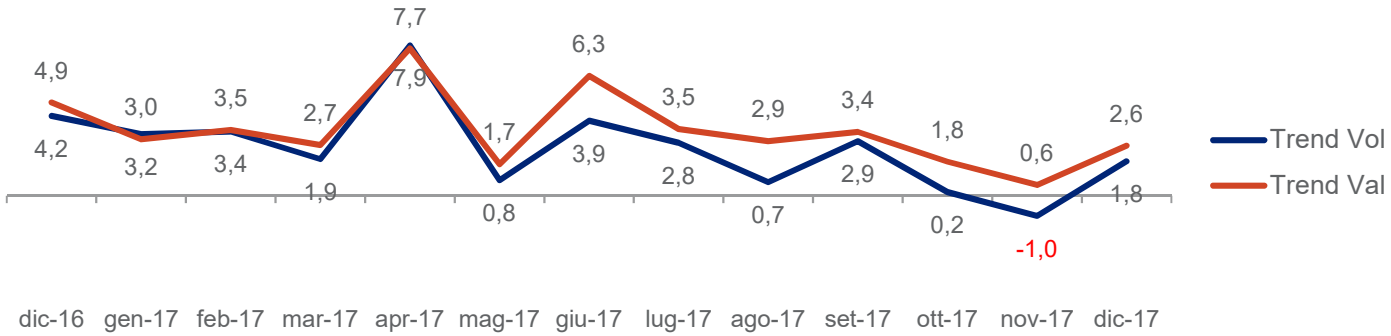
Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Inserendo il Discount (a peso imposto), le performance del mercato non subiscono variazioni

SALUMI: peso imposto + peso variabile — **Totale Italia ISS + Altri PDV incl. Discount (solo PI)**

Totale Italia	AT
Vendite in Volume (Mio kg)	**304,9**
Variazione % Volume	2,4
Vendite in Valore (Mio €)	**5.088,6**
Variazione % Valore	3,3
Prezzo Medio a Volume	**16,69**
Variazione %	0,9



Commenti

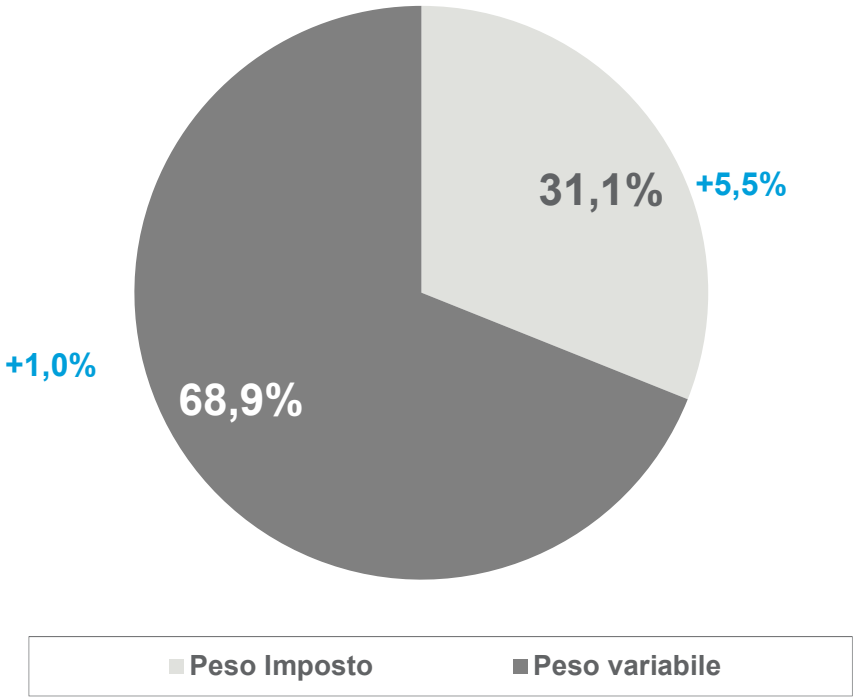
- Non ci sono sostanziali differenze di trend inserendo il discount

Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Performance ancora positive dei prodotti calibrati; cresce nuovamente il peso variabile

SALUMI: PI + PV a volume — **Totale Italia Iper + Super + Superette**



Commenti

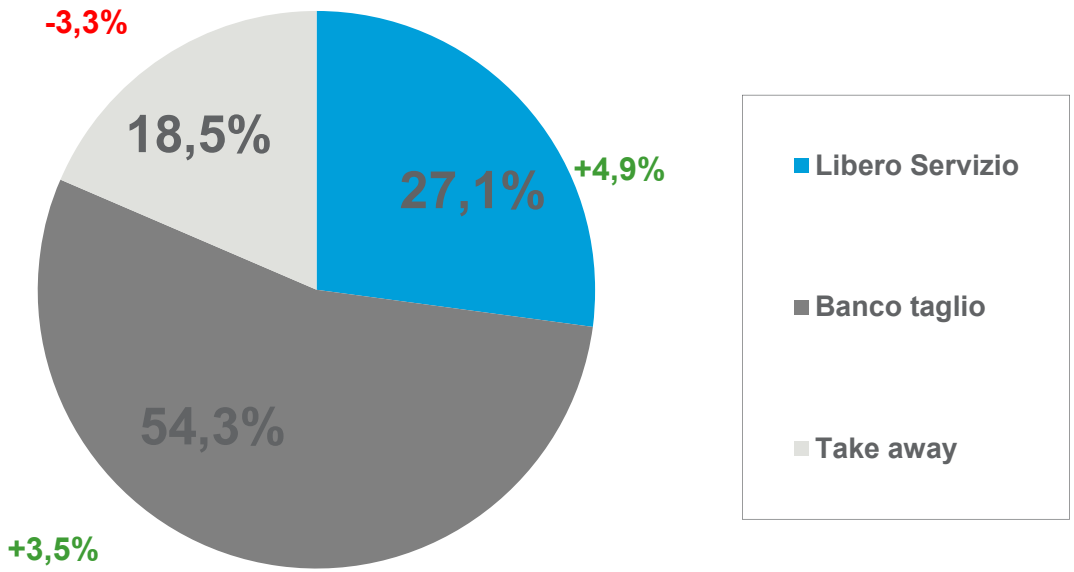
- La componente dei prodotti a peso variabile rappresenta ancora 2/3 dei volumi complessivi.
- Nel corso degli ultimi anni il peso imposto è passato da circa il 25% al 31%.

Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il Banco Taglio ritorna a crescere

SALUMI: PI+PV a volume **Totale Italia Iper + Super + Superette**



Commenti

- La ripresa del Banco Taglio era stata segnalata nel periodo “pre OMS”.
- Dopo Il periodo fine 2015-2016,il percorso di crescita è ripreso.
- Il Libero servizio continua a crescere bene

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 Away (pi+pv)	Prodotti da asporto, sia in vaschette che in tranci, a peso variabile, a cui si sono aggiunte vaschette confezionate calibrate

Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Sofferenza a volume dei prodotti DOP/IGP

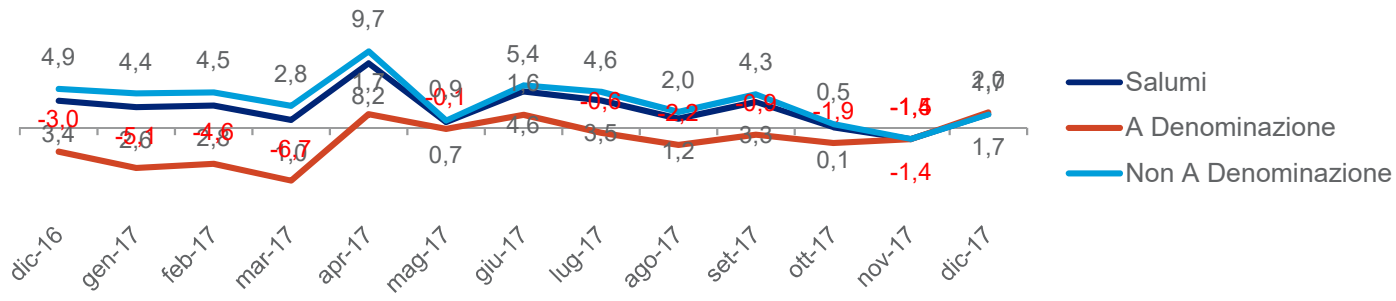
SALUMI: PI + PV — **Totale Italia Iper + Super + Superette**

AT	Vend. Volume (Mio kg)	Var % Volume	Vend Valore (Mio €)	Var % Valore	Euro/kg medio	Var % PM
Salumi	261,6	2,3	4.571,8	3,3	17,48	1,0
A Denominazione	47,7	-1,4	1.112,6	1,7	23,34	3,1
Non A Denominazione	213,9	3,2	3.459,2	3,9	16,17	0,6

Commenti

- Tendenziale sofferenza soprattutto dei prodotti DOP/IGP con un prezzo in crescita
- Crescita dei prodotti Non a Denominazione nell'ultimo anno con un prezzo decisamente inferiore

Trend % Volume



Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

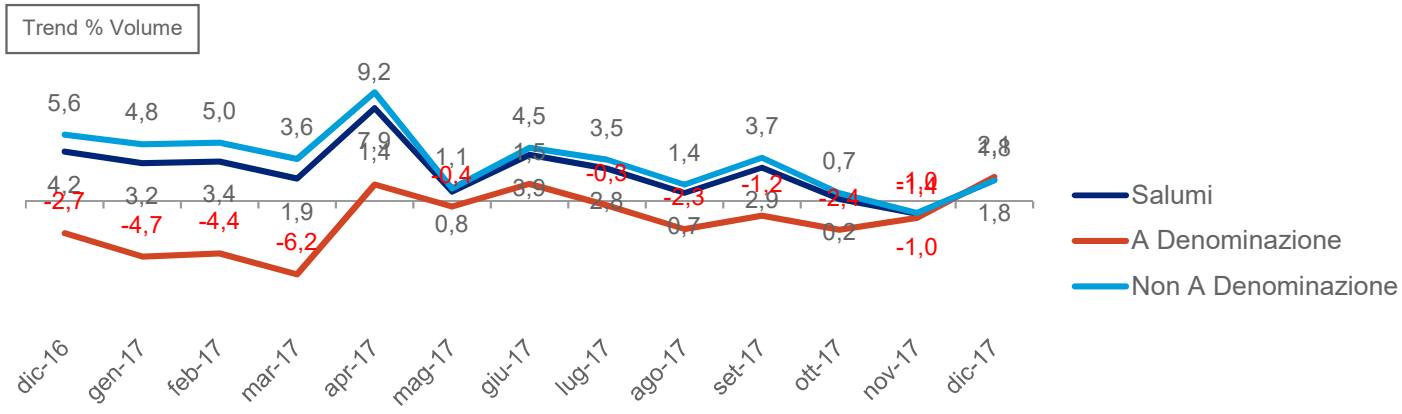
Sofferenza soprattutto dei prodotti DOP/IGP

SALUMI: PI + PV — **Totale Italia ISS + Altri PDV incl. Discount (solo PI)**

AT	Vend. Volume (Mio kg)	Var % Volume	Vend Valore (Mio €)	Var % Valore	Euro/kg medio	Var % PM
Salumi	304,9	2,4	5.088,6	3,3	16,69	0,9
A Denominazione	50,6	-1,4	1.169,2	1,7	23,13	3,1
Non A Denominazione	254,3	3,1	3.919,4	3,8	15,41	0,6

Commenti

- Tendenziale sofferenza soprattutto dei prodotti DOP/IGP con un prezzo in crescita
- Crescita dei prodotti Non a Denominazione



Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Le tipologie con la maggiore sofferenza sono crudo e pancetta. La mortadella è in aumento

SALUMI: PI + PV — **Totale Italia Iper + Super + Superette**

AT	Vend. Volume (Mio kg)	Variazione % Volume	Vend Valore (Mio €)	Variazione % Valore	Euro/kg medio	Variazione %	index
Salumi	**261,6**	**2,3**	**4.571,8**	**3,3**	**17,48**	**1,0**	**100**
Cotto	76,0	2,5	1.226,0	2,4	16,12	-0,1	92
Crudo	50,9	-0,4	1.185,5	3,3	23,30	3,7	133
Salame	32,1	3,0	508,3	3,5	15,83	0,5	91
Mortadella	31,7	2,4	328,5	2,5	10,35	0,2	59
Speck	11,0	3,9	199,2	4,3	18,14	0,4	104
Bresaola	11,9	4,8	382,9	4,6	32,09	-0,2	184
Salamini	5,5	4,8	91,0	5,3	16,46	0,5	94
Pancetta	18,9	-0,2	244,3	1,0	12,91	1,2	74
Altri Salumi	10,3	11,1	173,1	8,7	16,89	-2,1	97
Coppa	2,5	10,8	50,7	8,1	20,13	-2,4	115
Altri Arrosti	10,7	2,5	182,3	3,4	17,07	0,9	98

Commenti

- Tutte le altre tipologie sono in netta crescita
- La mortadella resta il salume con un indice di prezzo più basso.

Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

La mortadella è in crescita sia a peso imposto che a peso variabile

Tipologie: % peso a volume **Totale Italia Iper + Super + Superette**

AT	Peso Imposto	variazione %	Peso Variabile	variazione %
Salumi	**31,1**	**5,5**	**68,9**	**1,1**
Cotto	30,8	5,6	69,2	1,1
Crudo	18,5	5,7	81,5	-1,3
Salame	20,9	7,3	79,1	1,6
Mortadella	28,2	2,1	71,8	1,9
Speck	30,8	9,6	69,2	2,6
Bresaola	38,9	8,2	61,1	3,1
Salamini	27,0	20,6	73,0	-0,4
Altri Arrosti	68,0	4,2	32,0	-0,2
Pancetta	63,9	1,6	36,1	-2,4
Altri Salumi	29,5	13,0	70,5	10,9
Coppa	36,2	10,6	63,8	11,3

Commenti

- Il crudo flette a peso variabile
- Il peso imposto è in netta crescita in tutte I segmenti

Fonte: Infoscan Census, Random Weight
Anno Terminante Dicembre 2017

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

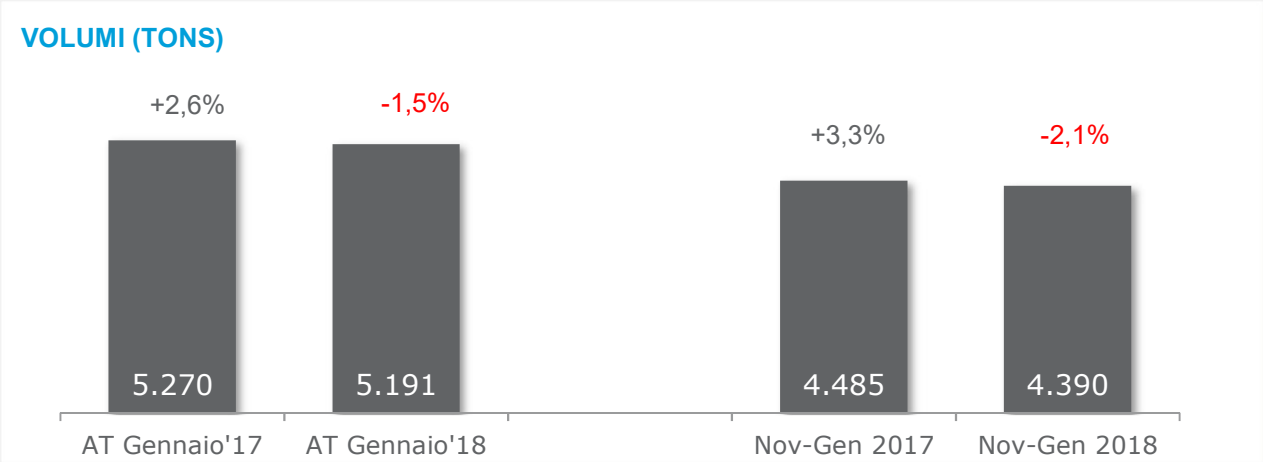
Le D.O.P/I.G.P. in Italia

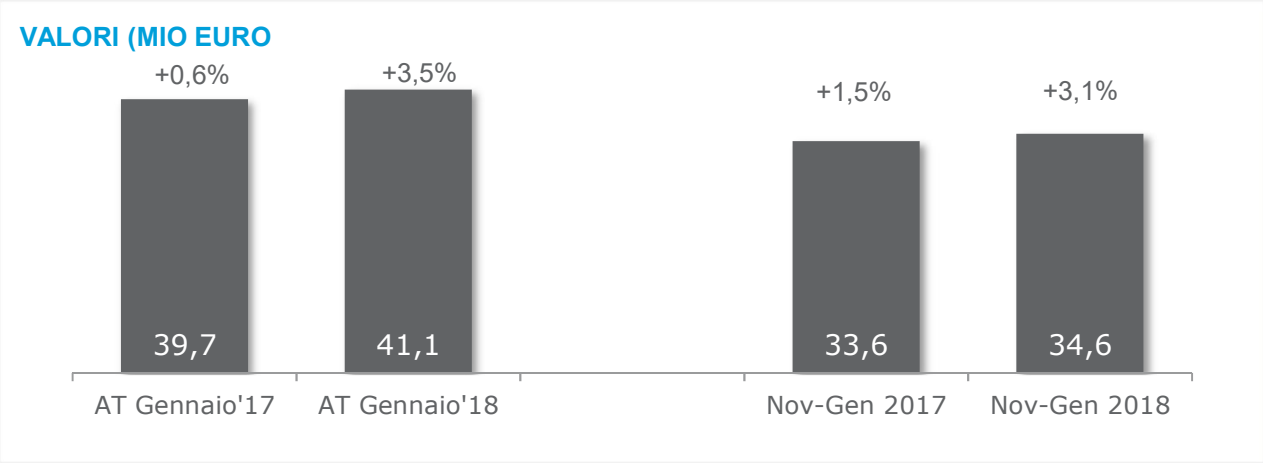
TIPOLOGIA D.O.P	TIPOLOGIA I.G.P.	Commenti
Capocollo di Calabria*	Bresaola della Valtellina*	
Coppa Piacentina*	Ciauscolo	
Crudo di Cuneo	Coppa di Parma	
Culatello di Zibello*	Cotechino Modena*	
Pancetta di Calabria*	Lardo di Colonnata	
Pancetta Piacentina*	Mortadella Bologna*	
Prosciutto di Carpegna	Porchetta di Ariccia	
Prosciutto di Modena*	Prosciutto Amatriciano	
Prosciutto di Parma	Prosciutto di Norcia	
Prosciutto di S. Daniele*	Prosciutto di Sauris	
Prosciutto Toscano*	Salame Cremona	
Prosciutto Veneto Berico-Euganeo	Salame d'oca di Mortara	
Salame Brianza*	Salame S. Angelo	
Salame di Varzi*	Speck dell'Alto Adige*	
Salame Piacentino*	Zampone Modena*	
Salamini italiani alla cacciatora*		
Salsiccia di Calabria*		
Soppressata di Calabria*	*Consorzi aderenti ad I.S.I.T	
Sopressa Vicentina	*In evidenza i consorzi rilevati da SIG*	
Valle d' Aosta Jambon de Bosses		
Valle d'Aosta Lard d'Arnad		

Fonte: www.Wikipedia.it, ISIT

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Mercato dei precotti in difficoltà in termini di volume ma crescono a fatturato grazie ad aumento dei prezzi





Commenti

- I precotti si soffrono a volume in alta stagione

Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen. 2018/ Stagione Nov-Gen '18

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

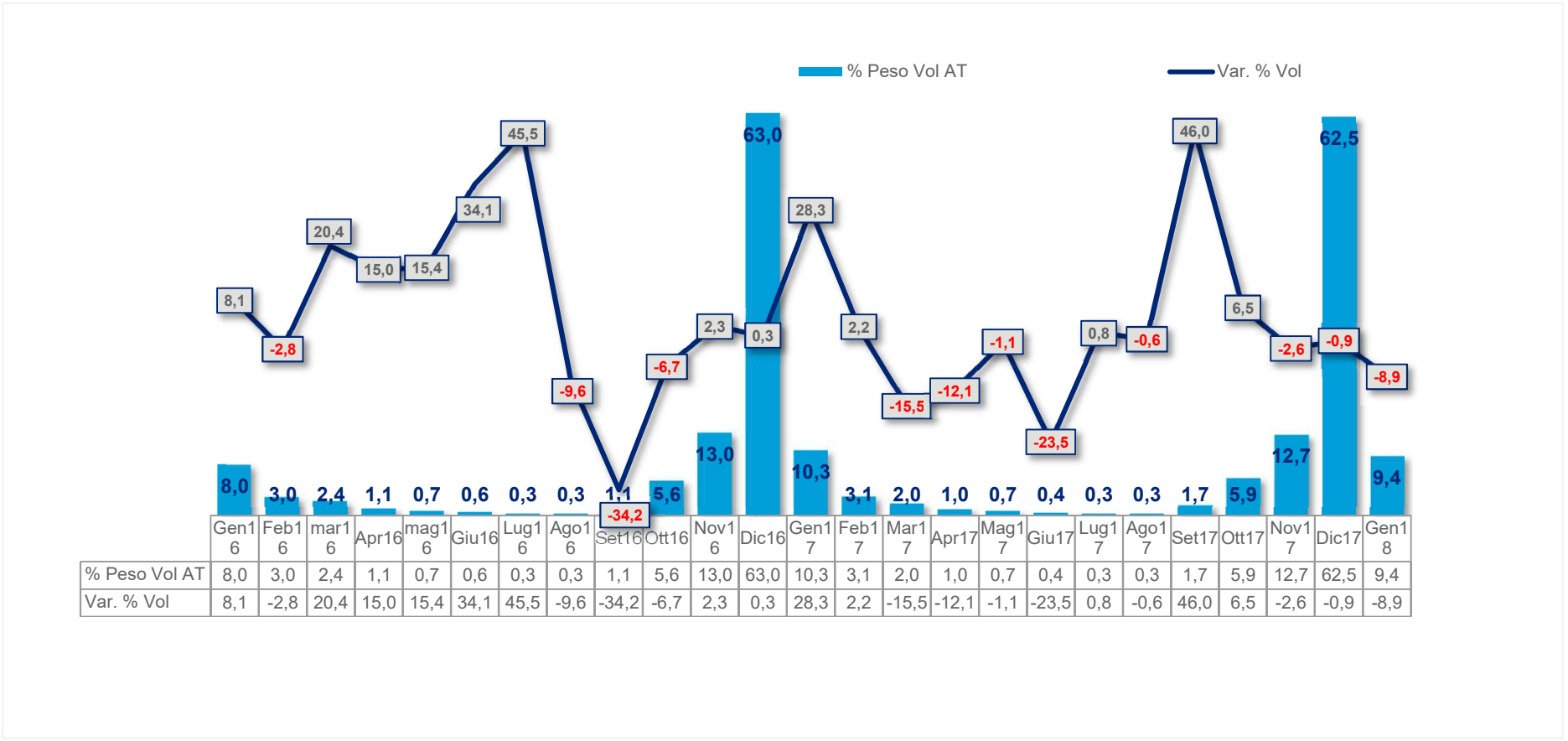
Il Discount risulta essere particolarmente negativo per I cotechini, positivo per gli zamponi. Il gap di prezzo è importante

AT Gen 18	Tons	Var. % Vol.	Euro .000	Var. % Val.	€/kg	Var. % Prz	€/kg ISLsp
Salumi Precotti	1.225	-5,1	6271	1,8	5,12	7,2	7,91
Cotechino	551	-3,5	2586	2,0	4,69	5,7	8,00
Zampone	187	6,6	1164	15,9	6,22	8,7	8,51
Stinco	485	-10,6	2517	-4,0	5,18	7,4	7,10
Altri	0,4	3425,0	4	1520,0	8,81	-54,0	8,94

Source IRI. Hyper + Super+ SSS

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Dicembre rimane il mese chiave per le vendite (63%); la negatività della stagione arriva soprattutto dal mese di gennaio.

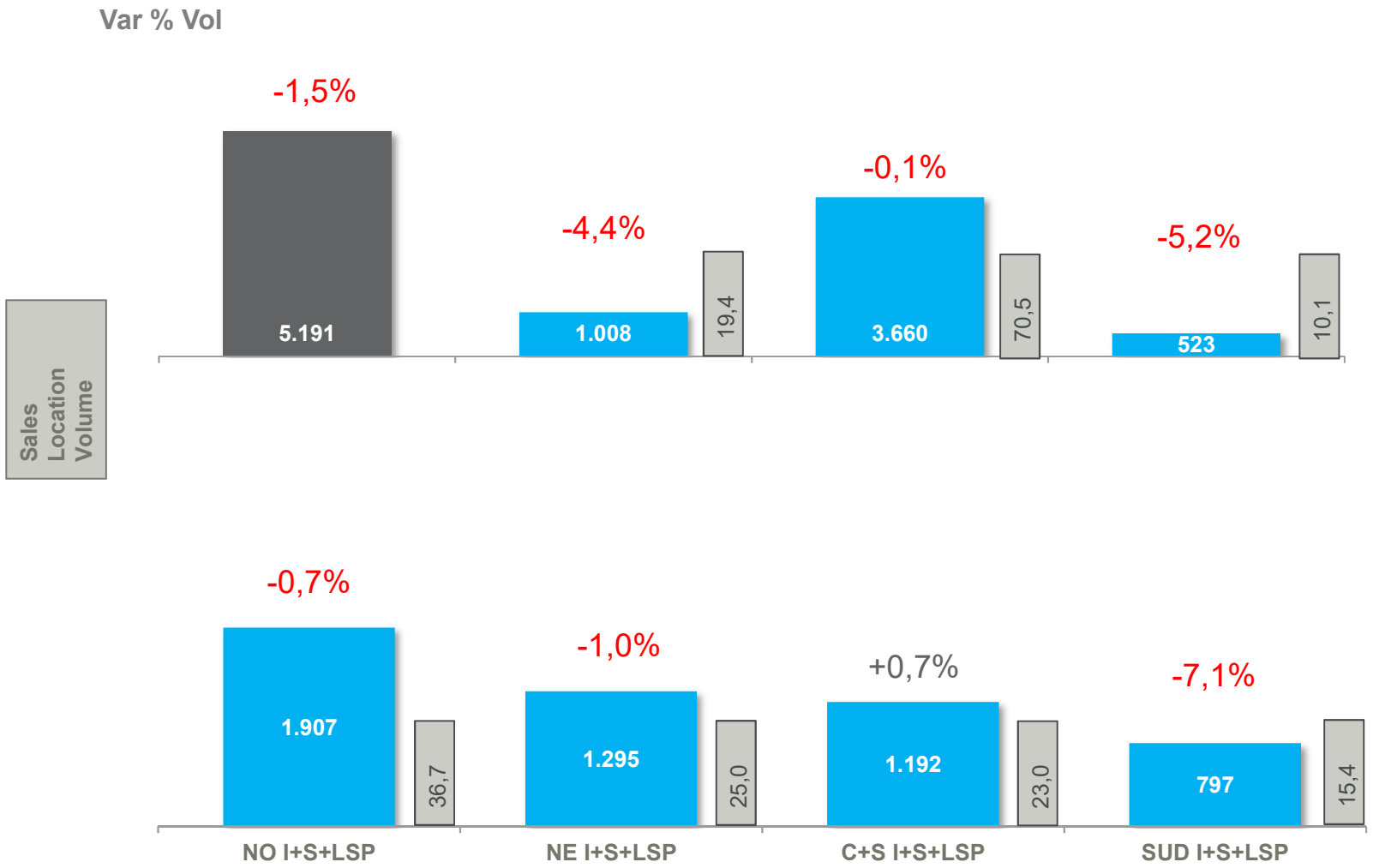


	Gen16	Feb16	mar16	Apr16	mag16	Giu16	Lug16	Ago16	Set16	Ott16	Nov16	Dic16	Gen17	Feb17	Mar17	Apr17	Mag17	Giu17	Lug17	Ago17	Set17	Ott17	Nov17	Dic17	Gen18
% Peso Vol AT	8,0	3,0	2,4	1,1	0,7	0,6	0,3	0,3	1,1	5,6	13,0	63,0	10,3	3,1	2,0	1,0	0,7	0,4	0,3	0,3	1,7	5,9	12,7	62,5	9,4
Var. % Vol	8,1	-2,8	20,4	15,0	15,4	34,1	45,5	-9,6	-34,2	-6,7	2,3	0,3	28,3	2,2	-15,5	-12,1	-1,1	-23,5	0,8	-0,6	46,0	6,5	-2,6	-0,9	-8,9

Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen. 2018/ Stagione Nov-Gen ’18

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il trend negativo riguarda soprattutto gli ipermercati e le piccole superfici. Positivo il centro, grossa sofferenza al sud

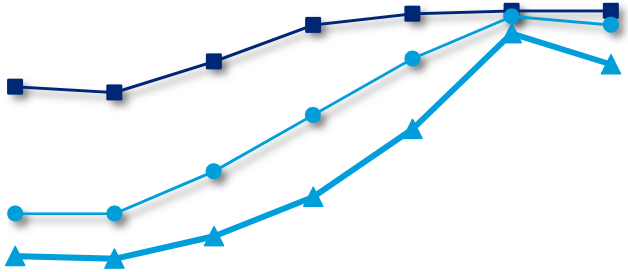


Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen. 2018

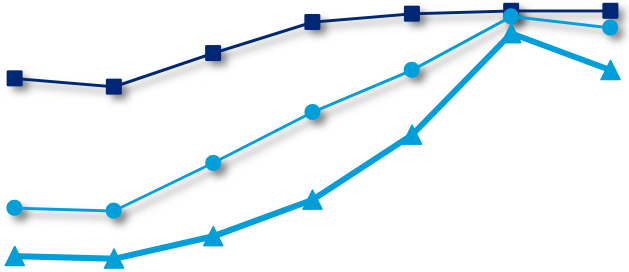
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Precotti : Dinamica della penetrazione della categoria e degli assortimenti

DN

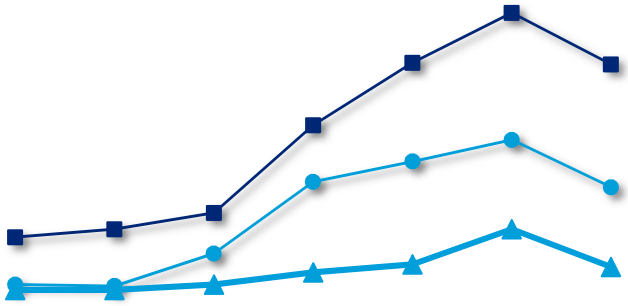


	4s: 31Lug-16	4s: 28Ago-16	5s: 02Ott-16	4s: 30Ott-16	4s: 27Nov-16	5s: 01Gen-17	4s: 29Gen-17
Iper	73	71	82	95	99	100	100
Super	28	28	43	63	83	98	95
LSP	13	12	20	34	58	92	81

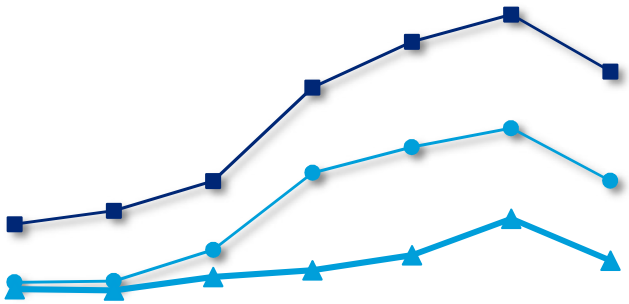


	4s: 30Lug-17	4s: 27Ago-17	5s: 01Ott-17	4s: 29Ott-17	4s: 26Nov-17	5s: 31Dic-17	4s: 28Gen-18
Iper	76	73	85	96	99	100	100
Super	30	29	46	64	79	98	94
LSP	13	12	20	33	56	92	79

Nr Referenze



	4s: 31Lug-16	4s: 28Ago-16	5s: 02Ott-16	4s: 30Ott-16	4s: 27Nov-16	5s: 01Gen-17	4s: 29Gen-17
Iper	7,1	7,7	8,9	15,4	20,0	23,7	19,9
Super	3,6	3,5	5,9	11,2	12,7	14,3	10,8
LSP	3,2	3,2	3,6	4,5	5,1	7,7	4,9



	4s: 30Lug-17	4s: 27Ago-17	5s: 01Ott-17	4s: 29Ott-17	4s: 26Nov-17	5s: 31Dic-17	4s: 28Gen-18
Iper	7,7	8,7	10,9	17,8	21,2	23,2	19,0
Super	3,4	3,5	5,8	11,5	13,4	14,8	10,9
LSP	2,9	2,8	3,8	4,3	5,4	8,1	5,0

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Minori promozioni e minore efficacia promozionale; riduzione delle referenze in promo sugli ipermercati

Anno Terminante

	PROMO		LIFT	
	AT Gen 17	AT Gen 18	AT Gen 17	AT Gen 18
% Totale	53,1	49,0	113	80

Stagione

	PROMO		LIFT	
	Nov-gen-17	Nov-gen-18	Nov-gen-17	Nov-gen-18
% Totale	57,4	52,9	124	70

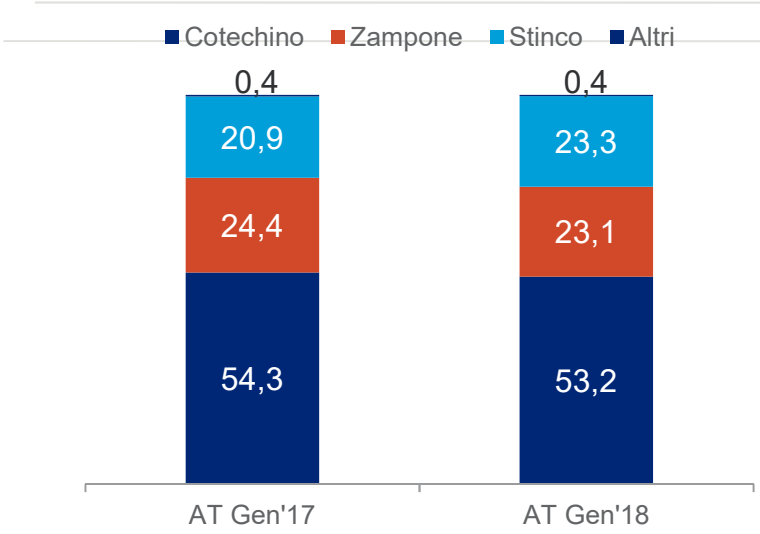
Settimane di Durata in Promozione	10,2	10,1
% Riduzione Prezzo di Base, TPR	33,2	33,5

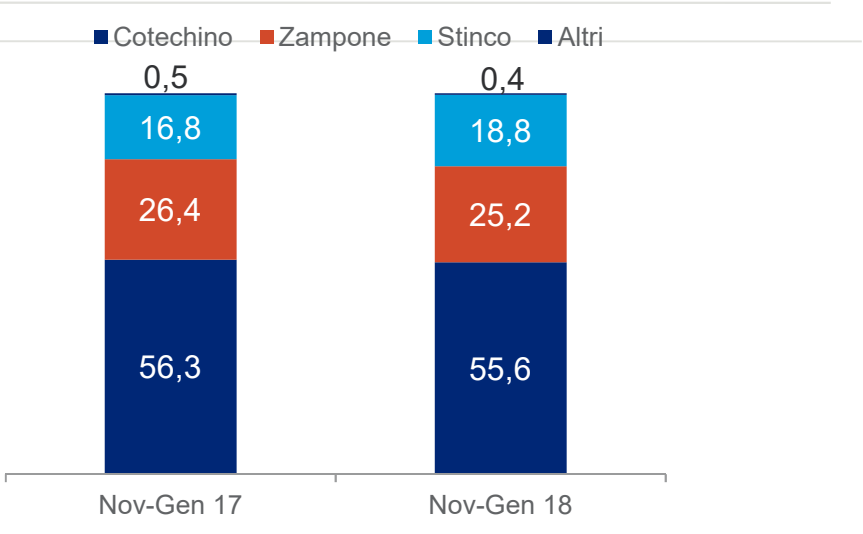
N° Ref Medie in Assortimento		1s: 10 Dic-17	1s: 17 Dic-17	1s: 24 Dic-17	1s: 31 Dic-17	1s: 07 Gen-18	1s: 14 Gen-18
Ipermercati	Nr Ref	18,7	19,8	20,3	18,9	16,0	14,1
	Var	-0,6	-0,2	0,2	-0,1	-0,5	-0,2
Supermercati	Nr Ref	11,3	11,6	11,8	11,5	9,2	8,3
	Var	0,3	0,4	0,5	-0,0	-0,1	0,4
LSP	Nr Ref	4,7	5,2	5,8	6,2	4,3	3,5
	Var	0,4	0,3	0,5	0,1	0,2	0,1

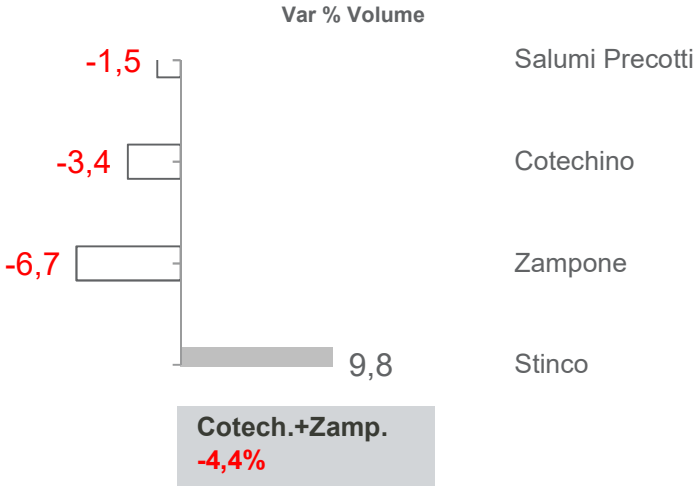
N° Ref. In promo		1s: 10 Dic-17	1s: 17 Dic-17	1s: 24 Dic-17	1s: 31 Dic-17	1s: 07 Gen-18	1s: 14 Gen-18
Ipermercati	Nr Ref	4	6	6	6	4	3
	Var	-1,1	-0,1	-0,9	-0,6	-0,7	-0,1
Supermercati	Nr Ref	3	3	3	3	3	3
	Var	-0,4	0,4	0,1	-0,2	-0,1	0,4
LSP	Nr Ref	1	1	1	1	1	1
	Var	-0,2	0,2	0,3	-0,1	0,1	0,0

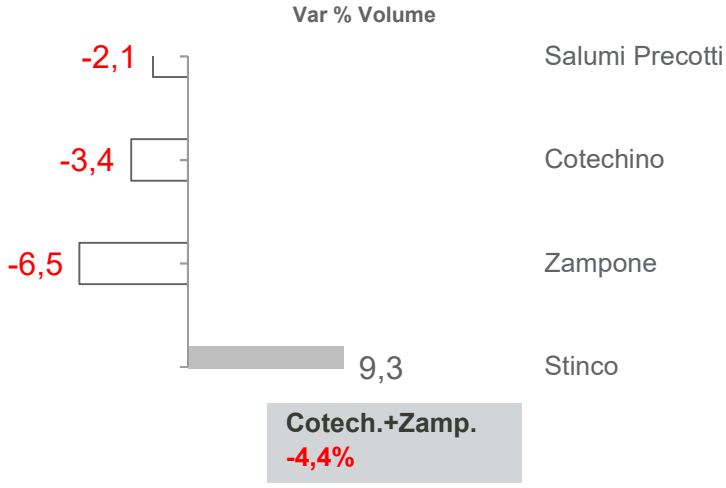
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Precotti in sofferenza, soprattutto lo Zampone; conferma positiva per lo Stinco







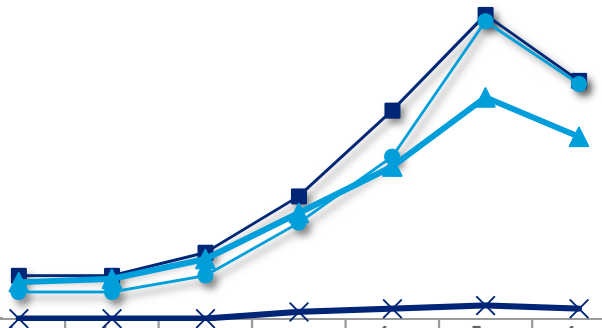


Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen. 2018/ Stagione Nov-Gen '18

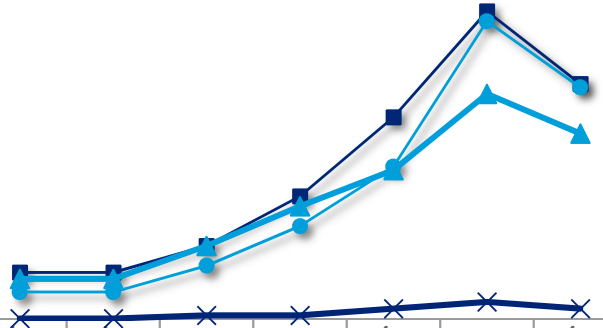
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Diminuzione assortimentale per cotechino e zampone, in aumento lo stinco

DN

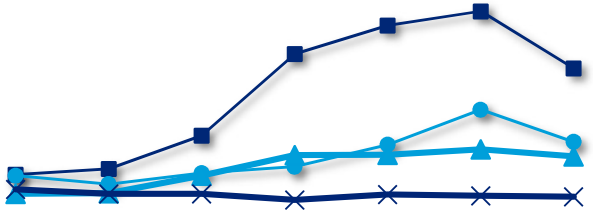


	4s: 31Lug-16	4s: 28Ago-16	5s: 02Ott-16	4s: 30Ott-16	4s: 27Nov-16	5s: 01Gen-17	4s: 29Gen-17
Cotechino	13	13	20	37	63	92	72
Zampone	8	8	13	29	49	90	71
Stinco	11	12	18	32	46	67	55
Altri	0	0	0	2	3	4	3

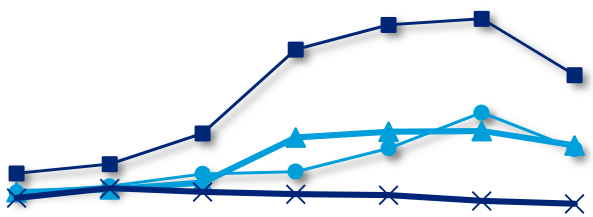


	4s: 30Lug-17	4s: 27Ago-17	5s: 01Ott-17	4s: 29Ott-17	4s: 26Nov-17	5s: 31Dic-17	4s: 28Gen-18
Cotechino	14	14	22	37	61	93	71
Zampone	8	8	16	28	46	90	70
Stinco	12	12	22	34	45	68	56
Altri	0	0	1	1	3	5	3

Nr Referenze



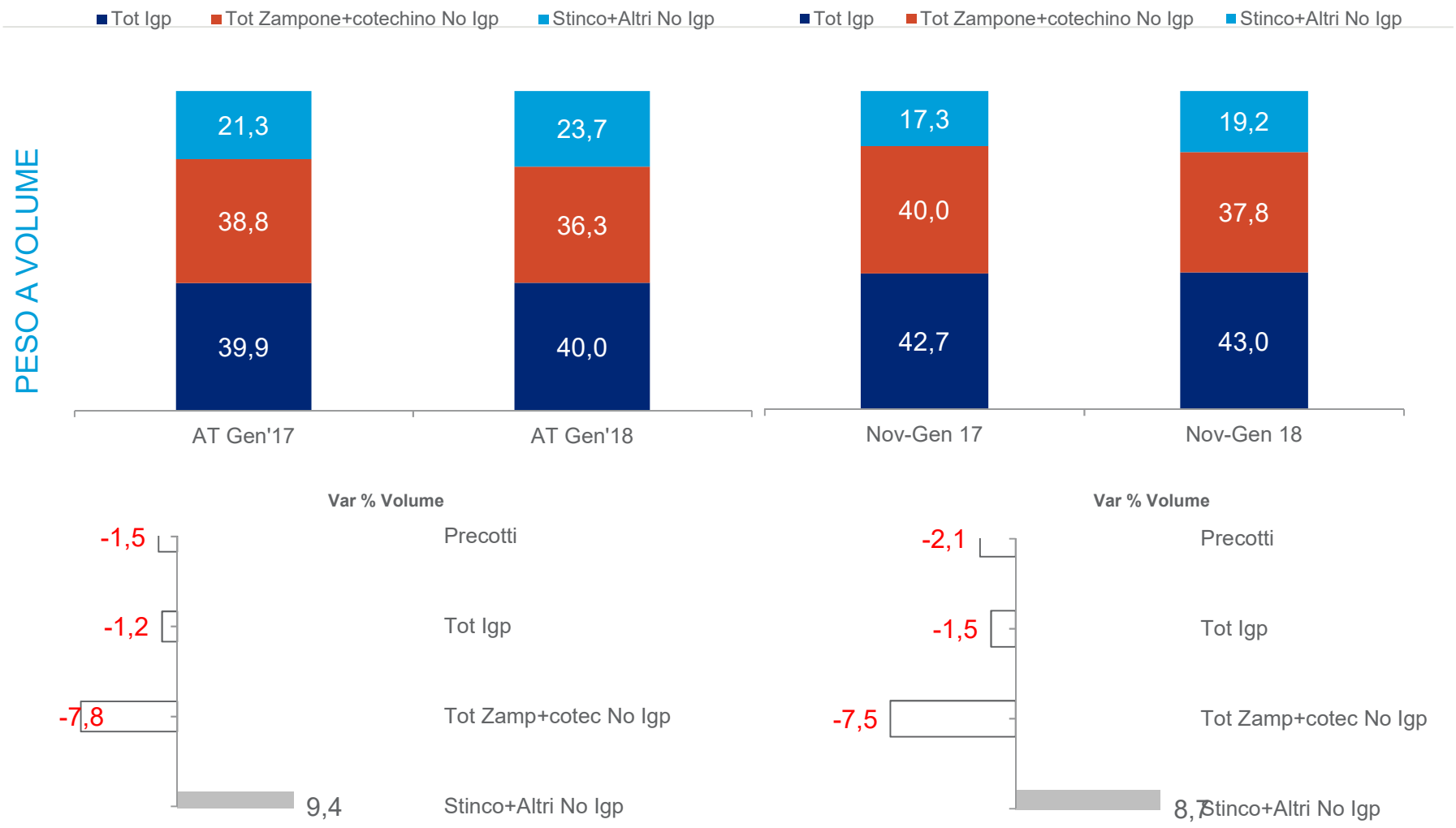
	4s: 31Lug-16	4s: 28Ago-16	5s: 02Ott-16	4s: 30Ott-16	4s: 27Nov-16	5s: 01Gen-17	4s: 29Gen-17
Cotechino	2,3	2,5	3,6	6,4	7,4	7,9	5,9
Zampone	2,3	2,0	2,4	2,6	3,3	4,5	3,4
Stinco	1,6	1,7	2,3	3,0	3,0	3,2	2,9
Altri	1,8	1,6	1,6	1,4	1,6	1,6	1,5



	4s: 30Lug-17	4s: 27Ago-17	5s: 01Ott-17	4s: 29Ott-17	4s: 26Nov-17	5s: 31Dic-17	4s: 28Gen-18
Cotechino	2,3	2,7	3,7	6,6	7,4	7,6	5,7
Zampone	1,7	1,9	2,3	2,4	3,2	4,4	3,2
Stinco	1,7	1,8	2,0	3,6	3,8	3,8	3,3
Altri	1,5	1,8	1,7	1,6	1,6	1,4	1,3

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

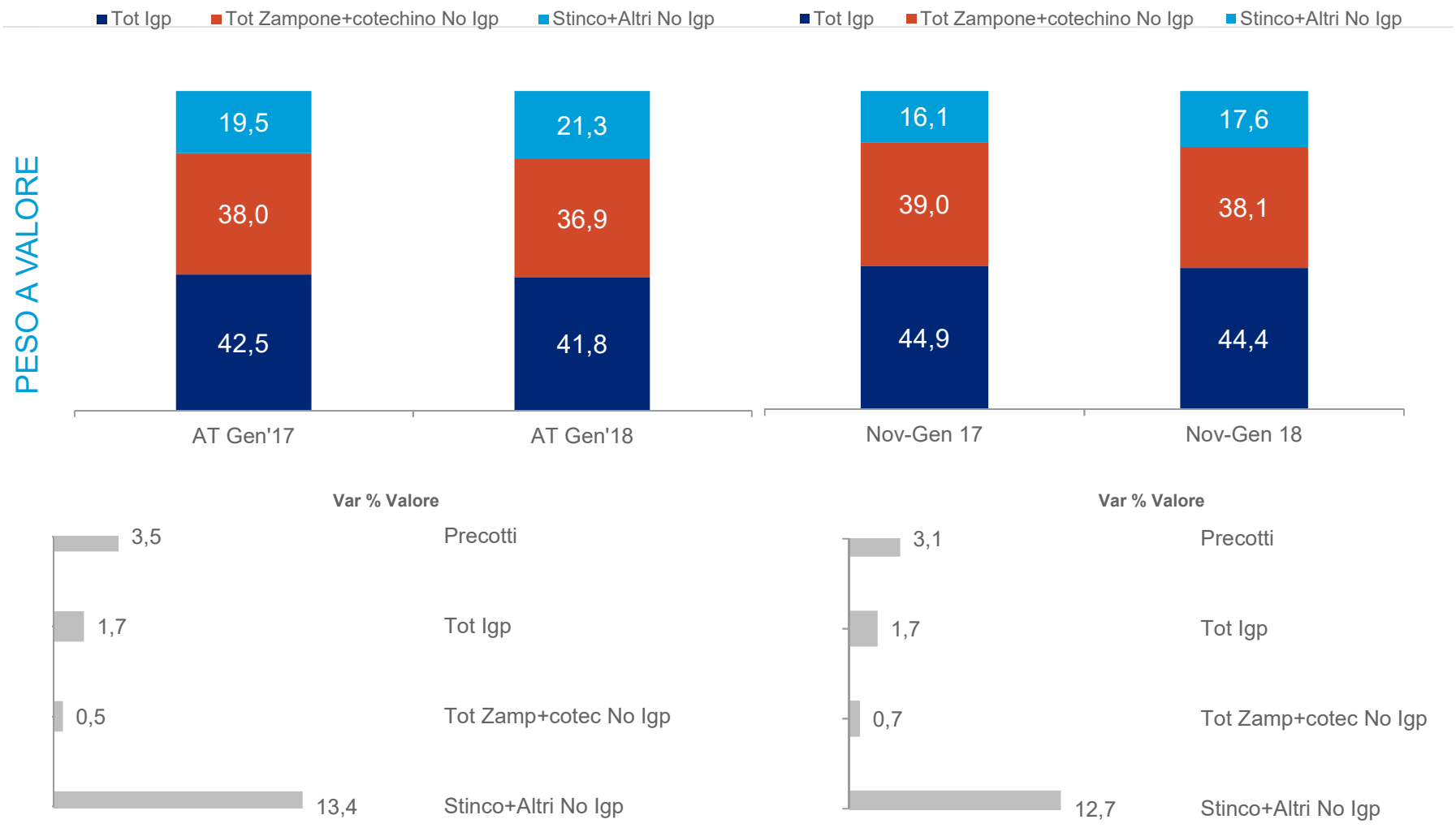
SI prodotti IGP rappresentano più del 50% di tutta l'offerta di Zamponi e Cotechini. Sofferenza soprattutto per i prodotti non Igp



Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen. 2017/ Stagione Nov-Gen '17

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

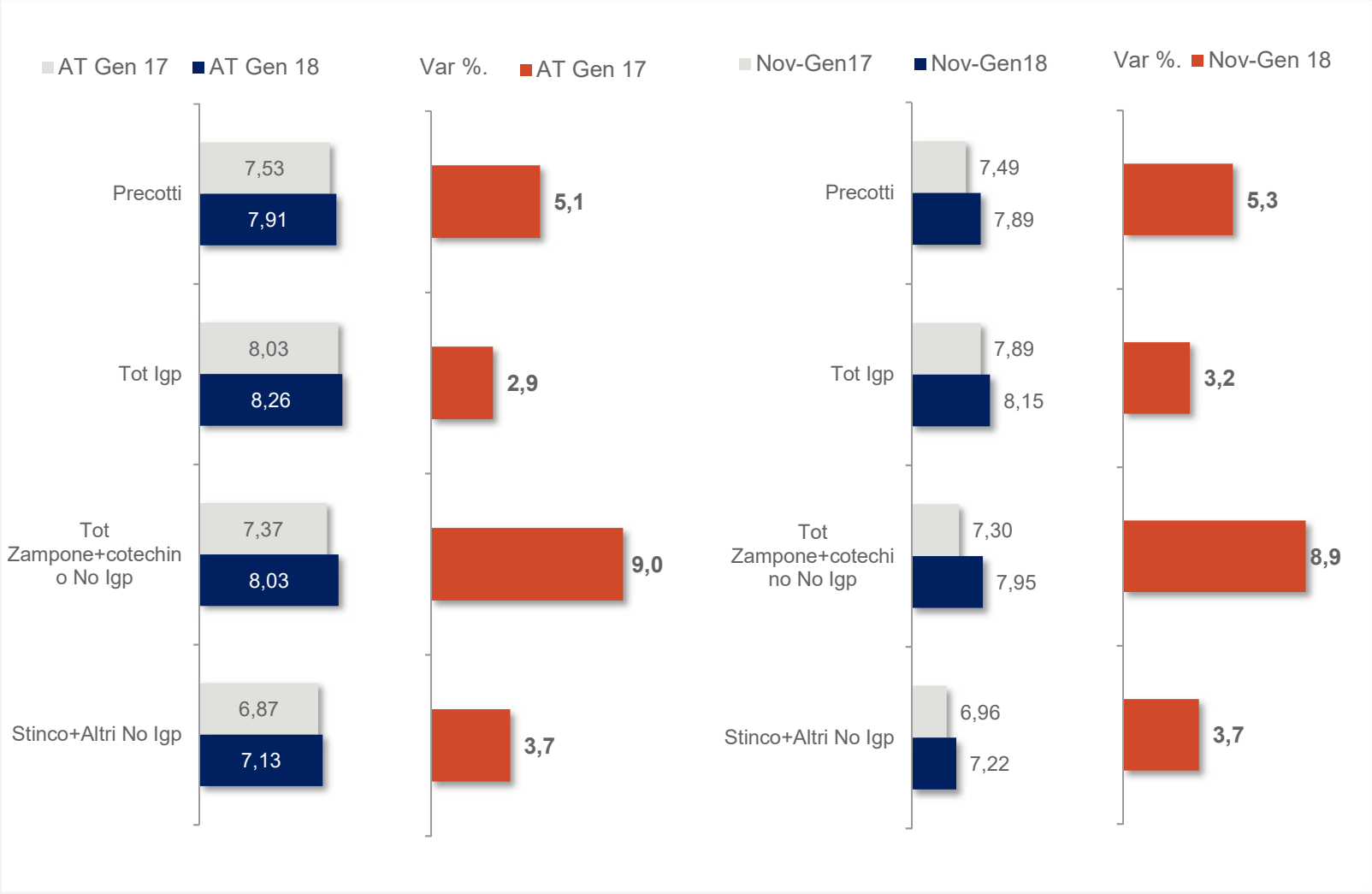
A valore il mercato è positivo; in aumento l'igp



Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen 18/ Stagione Nov-Gen 18

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il trend a valore conferma una tendenziale aumento dei prezzi in stagione, soprattutto nel Non Igp



Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati + Supermercati + LSP – AT Gen 2017/ stagione Nov-Gen 18

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Nel Cotechino l'Igp cresce, mentre il non Igp è negativo: positiva soprattutto la PL del cotechino Igp. Lo zampone,sia Igp che –soprattutto- non IGP, in netta sofferenza.

Totale I+S+Lsp	Volume (tons)	% Var. Vol	Quota Vol	Valore (.000)	% Var. Val	Quota Val	Prezzo Medio Vol	Var %
Precotti	**5.191**	**-1,5**	**100,0**	**41.066**	**3,5**	**100,0**	**7,91**	**5,1**
Cotechino	**2.763**	**-3,4**	**53,2**	**22.098**	**2,5**	**53,8**	**8,00**	**6,1**
No Igp	1.384	-7,0	26,7	10.596	2,4	25,8	7,66	10,1
Igp	**1.379**	**0,4**	**26,6**	**11.502**	**2,5**	**28,0**	**8,34**	**2,1**
Igp Branded	956	-3,4	18,4	8.231	-1,8	20,0	8,61	1,6
Private Label Igp	423	10,1	8,2	3.270	15,2	8,0	7,73	4,7
Zampone	**1.199**	**-6,7**	**23,1**	**10.205**	**-1,7**	**24,8**	**8,51**	**5,4**
No Igp	501	-9,9	9,7	4.551	-3,6	11,1	9,08	7,1
Igp	**697**	**-4,3**	**13,4**	**5.653**	**-0,1**	**13,8**	**8,11**	**4,4**
Igp Branded	467	-4,7	9,0	3.917	-0,7	9,5	8,38	4,1
Private Label Igp	230	-3,5	4,4	1.736	1,5	4,2	7,56	5,2
Stinco	**1.209**	**9,8**	**23,3**	**8.576**	**13,6**	**20,9**	**7,10**	**3,5**
Altri	**21,0**	**-9**	**0,4**	**187,7**	**6**	**0,5**	**8,94**	**17,1**

Fonte: Infoscan Census, Anno Terminante gennaio 2018
Totale Italia Iper+Super+LSP

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il Discount, complessivamente negativo, vede lo spostamento da prodotti non IGP a prodotti a Denominazione

Discount	Volume (tons)	% Var. Vol	Quota Vol	Valore (.000)	% Var. Val	Quota Val	Prezzo Medio Vol	Var %
Precotti	**1.225**	**-5,1**	**100,0**	**6.271**	**1,8**	**100,0**	**5,12**	**7,2**
Cotechino	**551**	**-3,5**	**45,0**	**2.586**	**2,0**	**41,2**	**4,69**	**5,7**
No Igp	387	-13,5	31,6	1.712	-10,4	27,3	4,43	3,6
Igp	**165**	**32,3**	**13,5**	**874**	**40,0**	**13,9**	**5,30**	**5,9**
Igp Branded	15	81,7	1,2	98	83,8	1,6	6,48	1,1
Private Label Igp	150	28,7	12,2	776	35,9	12,4	5,18	5,6
Zampone	**187**	**6,6**	**15,3**	**1.164**	**15,9**	**18,6**	**6,22**	**8,7**
No Igp	108	-1,6	8,8	631	8,0	10,1	5,84	9,7
Igp	**79**	**20,2**	**6,5**	**533**	**26,9**	**8,5**	**6,74**	**5,6**
Igp Branded	3	93,1	0,2	21	88,6	0,3	7,55	-2,3
Private Label Igp	76	18,6	6,2	512	25,2	8,2	6,71	5,6
Stinco	**485**	**-10,6**	**39,6**	**2.517**	**-4,0**	**40,1**	**5,18**	**7,4**
Altri	**0,4**	**3425**	**0,0**	**3,7**	**1520**	**0,1**	**8,81**	**-54,0**

Fonte: Infoscan Census, Anno Terminante gennaio 2018
Tot Discount

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Nel Cotechino l'Igp cresce, mentre il non Igp è negativo: positiva soprattutto la PL del cotechino Igp. Lo zampone Igp cresce nel discount soprattutto PL. Lo stonco è in netta sofferenza

Discount	Volume (tons)	% Var. Vol	Quota Vol	Valore (.000)	% Var. Val	Quota Val	Prezzo Medio Vol	Var %
Precotti	**1.225**	**-5,1**	**100,0**	**6.271**	**1,8**	**100,0**	**5,12**	**7,2**
Cotechino	**551**	**-3,5**	**45,0**	**2.586**	**2,0**	**41,2**	**4,69**	**5,7**
No Igp	387	-13,5	31,6	1.712	-10,4	27,3	4,43	3,6
Igp	**165**	**32,3**	**13,5**	**874**	**40,0**	**13,9**	**5,30**	**5,9**
Igp Branded	15	81,7	1,2	98	83,8	1,6	6,48	1,1
Private Label Igp	150	28,7	12,2	776	35,9	12,4	5,18	5,6
Zampone	**187**	**6,6**	**15,3**	**1.164**	**15,9**	**18,6**	**6,22**	**8,7**
No Igp	108	-1,6	8,8	631	8,0	10,1	5,84	9,7
Igp	**79**	**20,2**	**6,5**	**533**	**26,9**	**8,5**	**6,74**	**5,6**
Igp Branded	3	93,1	0,2	21	88,6	0,3	7,55	-2,3
Private Label Igp	76	18,6	6,2	512	25,2	8,2	6,71	5,6
Stinco	**485**	**-10,6**	**39,6**	**2.517**	**-4,0**	**40,1**	**5,18**	**7,4**
Altri	**0,4**	**3425**	**0,0**	**3,7**	**1520**	**0,1**	**8,81**	**-54,0**

Fonte: Infoscan Census, Stagione Nov-Gen '18
Totale DISCOUNT

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Le migliori performance del cotechino IGP PL dipende anche dal prezzo al Kg vantaggioso rispetto al prodotto branded, sia in situazione promo che no Promo

	Promo Volume	Diff. Pti.	Euro/kg	% Var	Euro/kg No Promo	% Var	Euro/Kg Promo	% Var
Precotti	**49,0**	**-4,0**	**7,91**	**5,1**	**8,68**	**3,0**	**7,11**	**5,6**
Cotechino	**51,5**	**-5,6**	**8,00**	**6,1**	**8,96**	**2,6**	**7,09**	**6,8**
No Igp	46,7	-9,2	7,66	10,1	8,21	5,4	7,02	11,4
Igp	**56,3**	**-2,1**	**8,34**	**2,1**	**9,87**	**0,8**	**7,15**	**2,0**
Igp Branded	59,5	-1,8	8,61	1,6	10,55	0,3	7,29	1,5
Private Label Igp	47,9	-2,0	7,73	4,7	8,55	3,4	6,82	5,2
Zampone	**51,2**	**-4,8**	**8,51**	**5,4**	**9,48**	**2,4**	**7,60**	**6,3**
No Igp	44,0	-3,1	9,08	7,1	9,86	4,1	8,08	9,8
Igp	**56,5**	**-6,3**	**8,11**	**4,4**	**9,13**	**1,3**	**7,32**	**4,1**
Igp Branded	57,0	-6,6	8,38	4,1	9,55	-0,1	7,50	4,5
Private Label Igp	55,1	-5,8	7,56	5,2	8,26	4,6	6,98	3,7
Stinco	**41,1**	**1,9**	**7,10**	**3,5**	**7,48**	**4,0**	**6,55**	**3,1**
Altro	**57,1**	**21,3**	**8,94**	**17,1**	**10,22**	**27,4**	**7,98**	**14,8**

Fonte: Infoscan Census, Anno Terminante gennaio 2018
Totale Italia Iper+Super+LSP

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Le migliori performance del cotechino IGP PL dipende anche dal prezzo in unità vantaggioso rispetto al prodotto branded, sia in situazione promo che no Promo

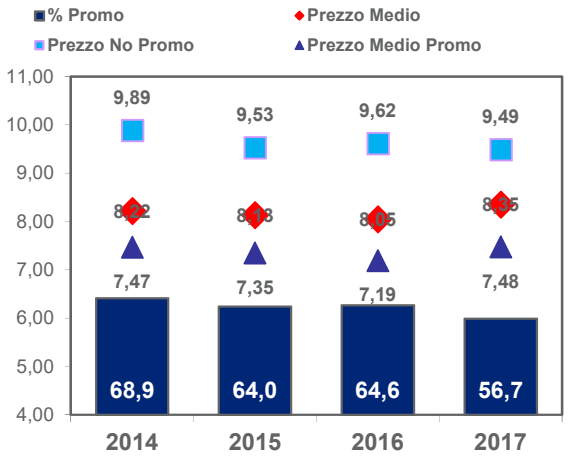
	Promo unità	Diff. Pti.	Euro/ unità	% Var	Euro/ unità No Promo	% Var	Euro/ unità Promo	% Var
Precotti	**50,7**	**-3,8**	**4,33**	**5,2**	**4,59**	**4,6**	**4,07**	**4,9**
Cotechino	**52,5**	**-5,4**	**3,67**	**5,9**	**3,95**	**5,1**	**3,41**	**4,9**
No Igp	46,7	-9,6	3,52	9,6	3,57	8,8	3,47	9,5
Igp	**58,0**	**-1,5**	**3,81**	**2,4**	**4,41**	**2,8**	**3,37**	**1,2**
Igp Branded	60,8	-1,4	3,95	1,8	4,70	2,0	3,47	0,9
Private Label Igp	50,4	-1,2	3,49	5,6	3,85	6,6	3,13	3,6
Zampone	**48,0**	**-3,9**	**6,65**	**5,9**	**6,63**	**6,6**	**6,67**	**5,2**
No Igp	38,6	-1,3	5,57	6,2	5,25	6,5	6,08	6,5
Igp	**58,4**	**-6,9**	**7,83**	**4,9**	**8,85**	**1,5**	**7,09**	**4,4**
Igp Branded	58,4	-7,4	8,11	4,4	9,23	-0,3	7,31	4,6
Private Label Igp	58,2	-5,9	7,24	6,2	8,04	5,8	6,67	4,5
Stinco	**46,6**	**3,8**	**4,43**	**4,1**	**4,72**	**5,6**	**4,09**	**3,0**
Altro	**50,6**	**12,4**	**6,52**	**-24,9**	**6,02**	**-35,5**	**7,01**	**-7,9**

Fonte: Infoscan Census, Stagione Nov-Gen '18
Totale Italia Iper+Super+LSP

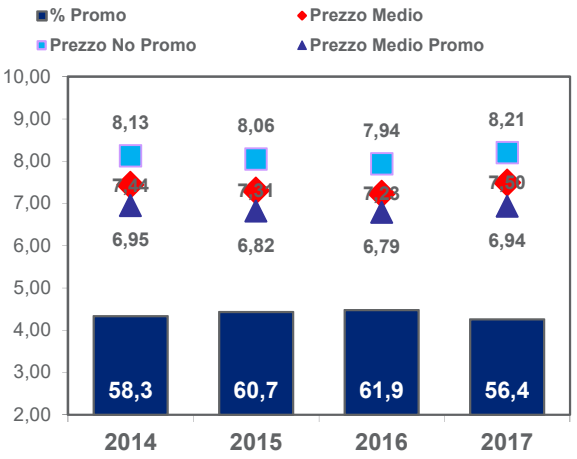
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Lo Zampone Branded IGP è più caro del prodotto Non IGP normale, in promo è più vantaggioso così come l'IGP PL

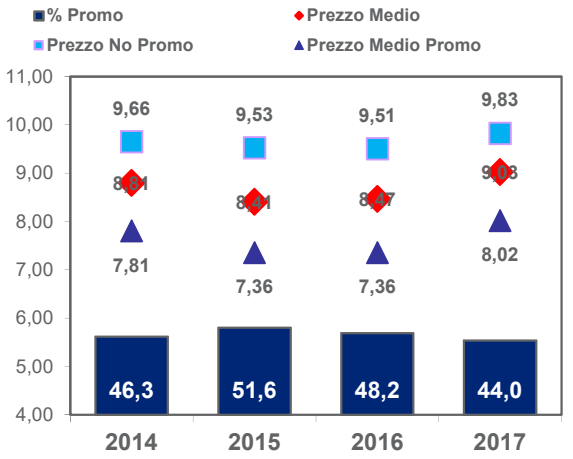
Zampone IGP Branded



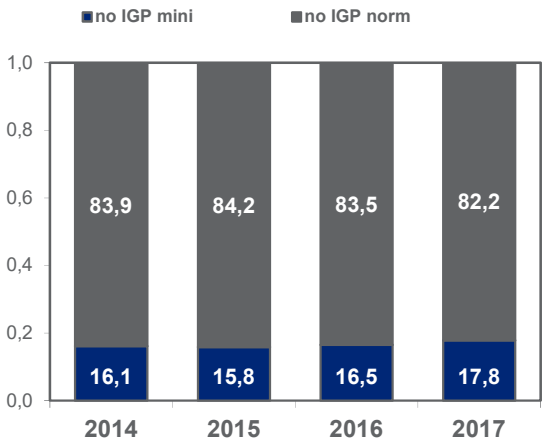
Zampone IGP Private Label



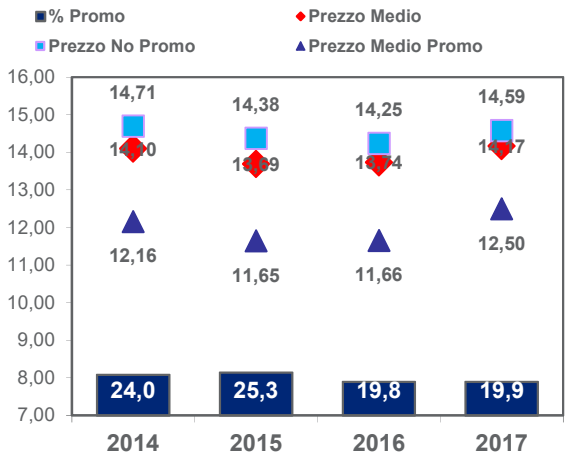
Zampone No IGP



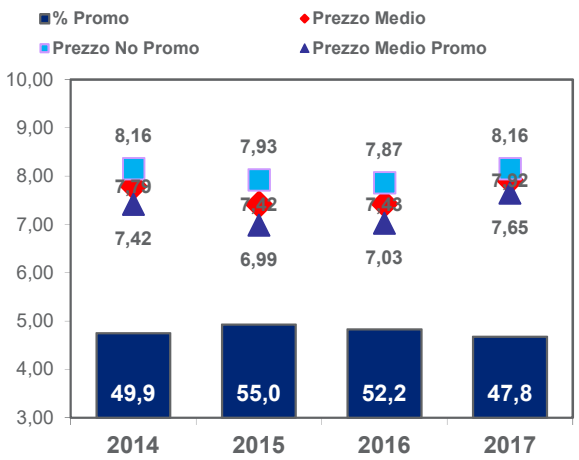
% Peso Volume di Mini e Normali su No IGP



Zampone No IGP Mini



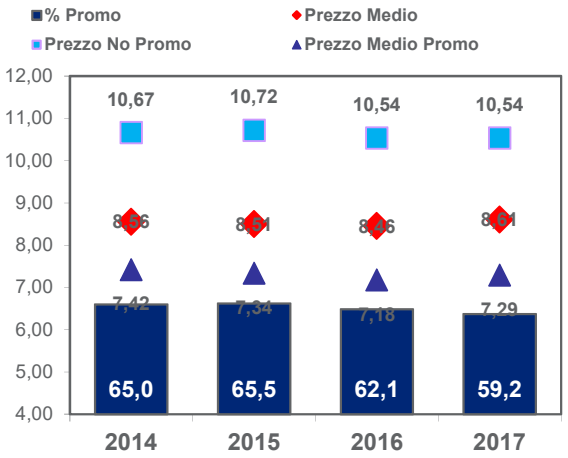
Zampone No IGP Normale



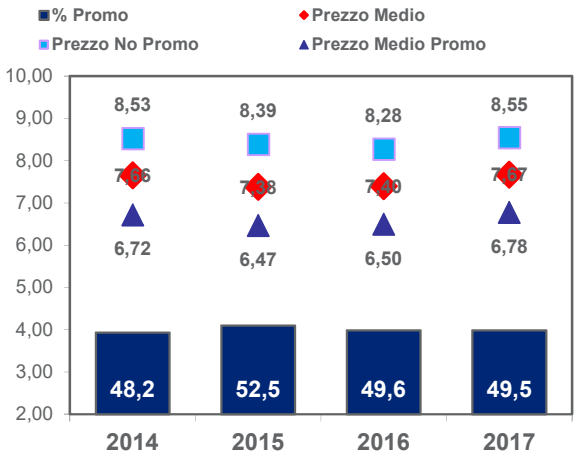
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il cotechino PL IGP è molto più vantaggioso del prodotto branded e non IGP in promo

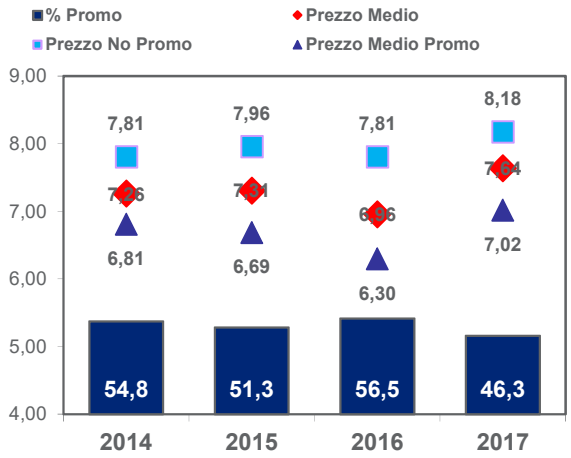
Cotechino IGP Branded



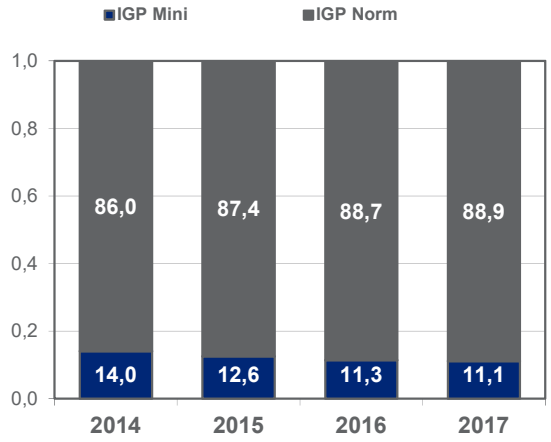
Cotechino IGP Private Label



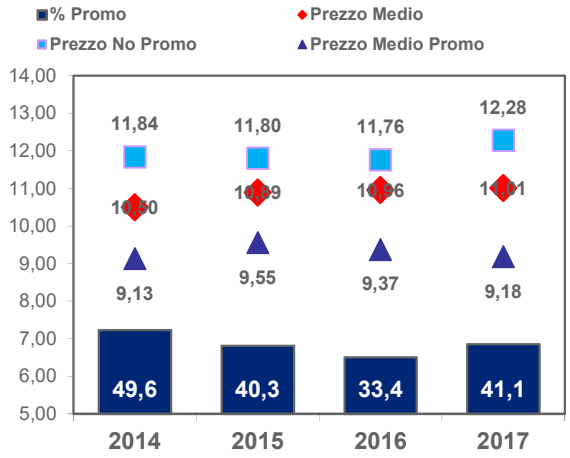
Cotechino No IGP



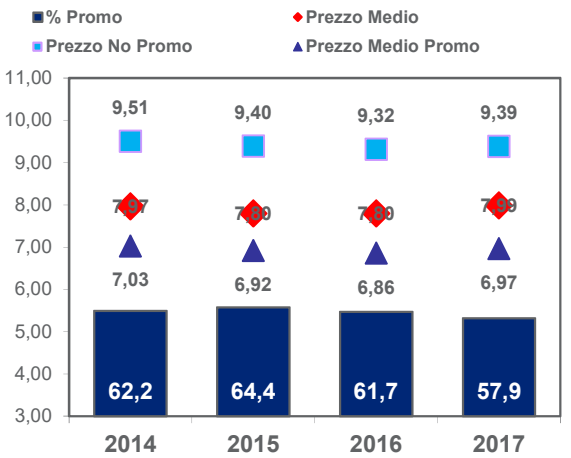
% Peso Volume di Mini e Normali su IGP



Cotechino IGP Mini



Cotechino IGP Normale



© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Total Germany LEH total >= 200 qm nach Geschaeftstypen
Year 2017



Salumi: PI **Total Germany LEH total >= 200 qm nach Geschaeftstypen**

2017	Euro (.000)	% Trend	Kg (.000)	% Trend	Prezzo medio a Volume	% Trend
Total	**3.665.957**	**6,5**	**364.743**	**3,2**	**9,95**	**-3,1**
Mortadella	141.679	8,4	22.151	8,4	15,63	-0,0
Speck	4.062	389,0	553	918,4	13,60	108,2
Bacon	280.584	10,0	33.247	0,6	11,85	-8,5
Raw Ham	814.385	5,9	71.792	4,1	8,82	-1,7
Ham	939.936	6,0	102.474	2,6	10,90	-3,3
Salami	1.228.846	5,9	113.637	2,4	9,25	-3,3
Ham Bacon	15.817	16,7	1.367	8,0	8,64	-7,4
Roast	143.543	1,2	11.513	2,0	8,02	0,8
Others	97.106	13,9	8.009	7,1	8,25	-6,0

Fonte: Infoscan Census

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Export salumi italiani in Germania

2017 Esportazioni salumi italiani verso la Germania		
Merce	Peso (tonnellate)	Valore (000. euro)
Prosciutti stagionati con e senza osso, speck, coppe e culatelli	13.590	153.093
Salsicce e salami stagionati	9.748	92.625
Mortadella, wurstel, cotechini e zamponi	4.564	22.858
Prosciutti cotti	3.278	25.336
Bresaola	718	12.672
Altri salumi	1.959	23.206
Totale complessivo	**33.857**	**329.790**

© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.