

PROPOSTA FEDERDISTRIBUZIONE CONTRO IL CARO PREZZI



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA IN ITALIA

- I NUMERI -

22.000 punti vendita

**Centri Commerciali e Ipermercati, Supermercati, Libero servizio,
Discount, Cash & Carry, Grandi Magazzini, Grandi Superfici Specializzate**

115 miliardi di Euro di fatturato

400.000 addetti occupati complessivamente

Negli ultimi anni ha sviluppato una media annuale di almeno

20.000 nuovi addetti

FEDERDISTRIBUZIONE

Rappresenta il **73%** del giro d'affari della GDO

Occupava **320.000** addetti

I GRUPPI ASSOCIATI

Auchan-Sma
Bennet
Carrefour Italia
Castorama
Coin-Oviesse
Conforama
Decathlon Italia
Despar
Eldo
Elite
Esselunga
Euronics
Expert
Finiper

Gre
Ikea Italia
Il Gigante
Interdis
Iperal
La Rinascente
Lombardini Holding
Magazzini Gabrielli
Maxima
Mediamarket
Metro Italia
Pam Gruppo
Penny Market
Pianeta Cospea

Rewe-Standa
Salmoiraghi&Viganò
Selex Gruppo Commerciale
Self-Gardino
Sermark
Sib
Superconti
Supermercati Cadoro
Unes
Unieuro
Upim
Zambaiti
Zara

FEDERDISTRIBUZIONE

I Gruppi associati aderiscono a Federdistribuzione attraverso le 10 Associazioni di categoria che costituiscono la Federazione:

- ADA** - Associazione Distributori Associati
- ADIS** - Associazione Distribuzione Ingrosso a Self-Service
- AICC** - Associazione Italiana Centri Commerciali
- AICID** - Associazione Italiana Commercio Imprenditoriale al Dettaglio
- AIF** - Associazione Italiana del Franchising
- AIRES** - Associazione Italiana Retailer Elettrodomestici Specializzati
- AISA** - Associazione Italiana Supermercati Alimentari
- ANADIS** - Associazione Nazionale Aziende di Distribuzione Specialistica a Succursali
- ANVED** - Associazione Nazionale Vendite a Distanza
- AVEDISCO** - Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori

LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA IN ITALIA

- CARATTERISTICHE -

E' in continuo sviluppo ➡ . Investimenti ➡ Negli ultimi periodi, circa **600-700 nuove aperture all'anno**

- . Occupazione
- . Volano per l'economia nazionale e locale

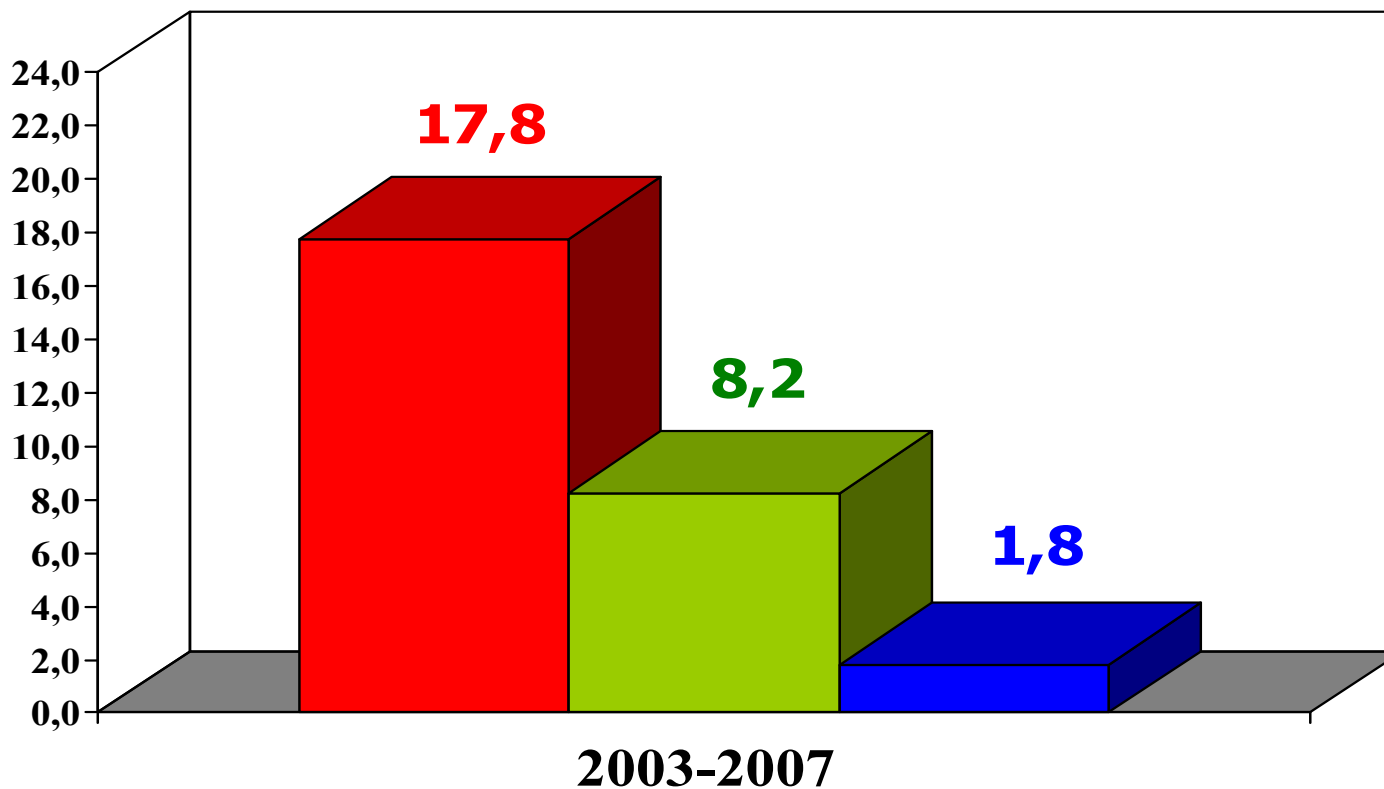
Crea innovazione, di formato, di processo, di servizio e di prodotto

"Democratizza" il consumo ➡ fino a **40.000 referenze** in un ipermercato
fino a **10.000 referenze** in un supermercato
fino a **20.000 referenze** in una Gr.Sup.Spec.

Rappresenta un sistema "industriale" efficiente, impulso alla modernizzazione della filiera

Garantisce la tutela del poter di acquisto dei consumatori

PREZZI DI TARIFFE / SERVIZI E PRODOTTI CONFEZIONATI
- Variazione % 2003 - 2007 -

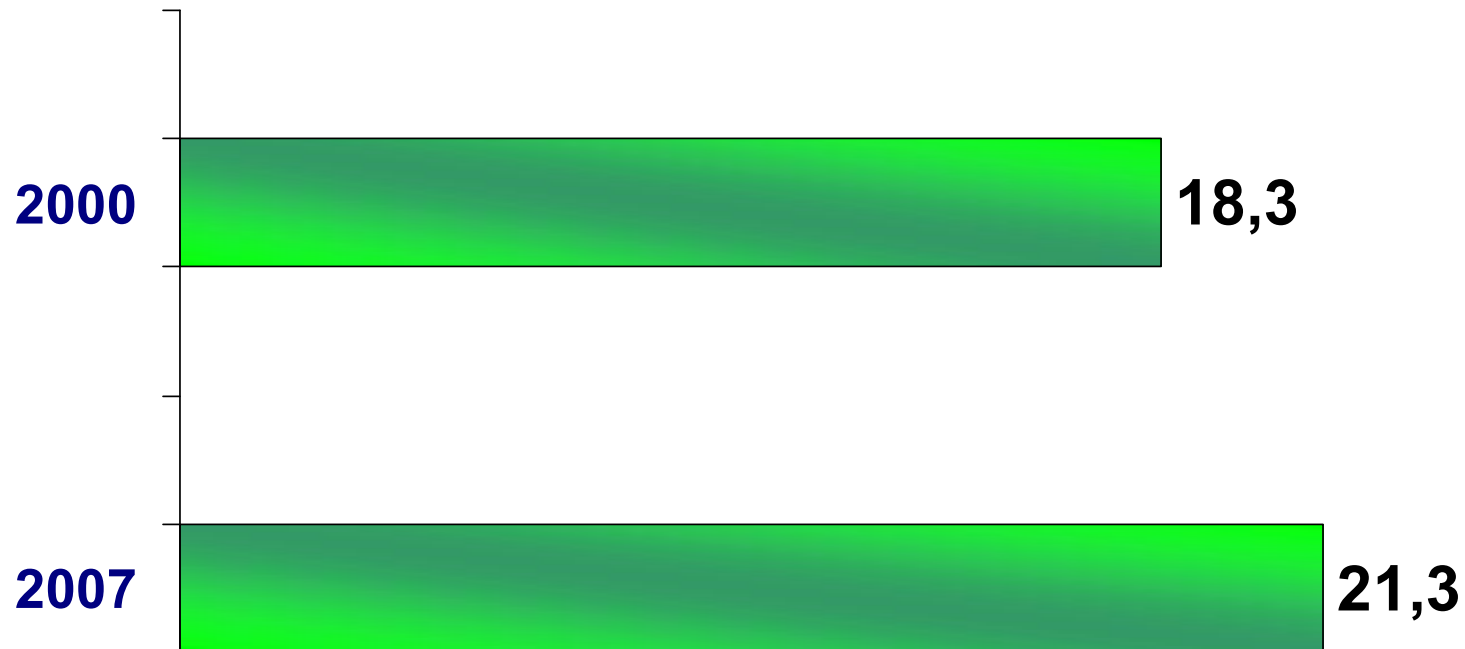


■ **Tariffe/servizi**
 ■ **Inflazione**
 ■ **Prodotti confezionati**

Tariffe/servizi comprende: trasporti aerei, combustibili liquidi, benzina, gas, tariffa rifiuti solidi, acqua potabile, riparazione mezzi di trasporto, pedaggi autostradali, trasporti urbani, assicurazioni mezzi di trasporto, servizi postali, trasporti stradali extraurbani.

Fonte: Elaborazione Federdistribuzione su dati ISTAT e IRI Infoscan

LE PROMOZIONI NELLA GDO - TOTALE PRODOTTI CONFEZIONATI - Pressione promozionale



Fonte: ACNielsen – Iper + Super

LE PROMOZIONI DI PREZZO DEI DISTRIBUTORI

- TOTALE GROCERY- Pressione promozionale

	2000	2003	2007	Feb.2008
Totale promozioni di prezzo	100%	100%	100%	100%
> 40% sconto	4,9	7,8	11,5	12,8
30 - 40% sconto	20,7	22,0	22,4	21,3
20 - 30% sconto	39,7	36,9	34,0	32,9
10 - 20% sconto	34,7	33,3	32,1	32,9

Fonte: ACNielsen – Iper + Super

VARIAZIONI PREZZI MATERIE PRIME

- Variazione % vs periodo corrispondente -

	<u>Dic.</u> <u>2007</u>	<u>Gen.</u> <u>2008</u>	<u>Febb.</u> <u>2008</u>	<u>Marzo</u> <u>2008</u>
Frumento nazionale duro (1)	143,4	153,6	168,9	170,3
Frumento nazionale tenero (1)	58,1	61,8	58,3	60,5
Latte alla stalla (Lombardia) (2)	19,0	28,0	28,0	28,0
Petrolio greggio brent (\$) (3)	47,0	69,0	64,0	64,0
Petrolio greggio brent (€) (3)	33,0	49,0	45,0	41,0

(1) Fonte: Associazione Granaria Milano

(2) CLAL

(3) Confindustria / Il Sole 24 Ore

INFLAZIONE IN ITALIA E IN EUROPA

- Variazione % vs periodo corrispondente -

	<u>Indice Generale</u>				<u>Prodotti alimentari</u>			
	<u>Dic. 2007</u>	<u>Gen. 2008</u>	<u>Febb. 2008</u>	<u>Marzo 2008</u>	<u>Dic. 2007</u>	<u>Gen. 2008</u>	<u>Febb. 2008</u>	<u>Marzo 2008</u>
Italia	2,6	2,9	2,9	3,3	4,1	4,5	4,9	5,5
Area Euro (15 Paesi)	3,1	3,2	3,3	3,5	4,8	5,4	5,8	n.d.
Francia	2,8	3,2	3,2	n.d.	3,2	4,4	5,0	n.d.
Germania	3,1	2,9	2,9	n.d.	5,7	6,1	6,3	n.d.
Regno Unito	2,1	2,2	n.d.	n.d.	5,4	6,1	n.d.	n.d.
Spagna	4,3	4,4	4,4	n.d.	6,6	7,0	7,0	n.d.

Fonte: ISTAT (Italia), Eurostat

INFLAZIONE PER COMPARTI MERCEOLOGICI

- Variazione % vs periodo corrispondente -
TOTALE ITALIA

4° Trimestre 2007

Abbigliamento (1)

3,3%

Tessili casa (1)

2,0%

Febb. 2008

Giochi e giocattoli (2)

0,2%

Articoli sportivi (2)

- 0,2%

Bricolage (2)

2,0%

Bimestre Dic. 2007-Genn- 2008

**Elettrodomestici ed elettronica
di consumo (3)**

- 10,2%

• **TV Color LCD**

- 17,0%

• **TV Color plasma**

- 21,0%

• **Navigatori satellitari**

- 4,4%

• **Fotocamere digitali**

- 16,0%

• **PC Portatili**

- 14,0%

• **Telefoni cellulari**

- 6,0%

Fonte:

(1) Sita

(2) ISTAT

(3) GFK

VARIAZIONI PREZZI TARIFFE E SERVIZI

- Variazione % vs periodo corrispondente -

	<u>Media 2007</u>	<u>Gen. 2008</u>	<u>Febb. 2008</u>
Raccolta rifiuti	9,2	7,9	4,9
Pedaggi autostradali	2,8	3,8	3,8
Assicurazioni mezzi di trasporti	1,5	2,5	2,9
Acqua potabile	4,8	6,5	6,5
Benzina	0,8	12,4	13,2
Gasolio /GPL	- 1,0	14,6	15,7
Gas	0,1	0,8	1,5
Trasporti aerei	-4,4	8,4	8,0
Energia elettrica	4,8	5,3	5,3

Fonte: ISTAT

LA SPESA DELLE FAMIGLIE

Dati ISTAT

Totale spesa delle famiglie	100%
- Alimentare	17,3%
. Pane + pasta	1,8%
. Latte e derivati	0,9%
. Formaggi	1,3%
- Energia elettrica, gas, combust. liquidi	4,4%
- Acqua potabile + raccolta rifiuti	1,3%
- Benzina + gasolio	3,6%
- Assicurazioni mezzi di trasporto	1,1%

VARIAZIONE PREZZI PRODOTTI ALIMENTARI

- Variazione % vs periodo corrispondente -

	Totale 2007	Dic. 2007	Genn. 2008	Feb. 2008	Marzo 2008
Prezzi alla produzione	4,9%	8,7%	9,1%	n.d.	n.d.
Prezzi alla vendita	2,9%	4,1%	4,5%	4,9%	5,5%

Fonte: ISTAT

VARIAZIONI DEI LISTINI DELL'INDUSTRIA

Variazione complessiva dei listini

<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>Gen.Mar. 2008</u>
+ 2,4%	+ 2,3%	+ 3,1%	+ 5,0%	+ 5,5%

Fonte: Elaborazioni interne Federdistribuzione

VARIAZIONI DEI LISTINI DELL'INDUSTRIA

Media aritmetica degli aumenti dei listini di 10 grandi fornitori sui prodotti trattati
Barilla, Coca Cola, Danone, Ferrero, Granarolo, Kraft, Lavazza, Nestlè Food, Parmalat, Unilever Food

2007

Gen.Marzo 2008

+ 6,6%

+ 5,7%

Fonte: Elaborazioni interne Federdistribuzione

VARIAZIONE DEI LISTINI DELL'INDUSTRIA

	<u>2007</u>	<u>Genn-Marzo 2008</u>
Pasta di semola	19,6%	24,3%
Latte UHT	14,0%	9,2%
Formaggi	20,2%	7,0%
Burro	26,5%	13,5%
Yogurt	10,3%	6,5%
Biscotti frollini	6,2%	6,7%
Merendine	5,4%	5,4%
Caffè	6,0%	3,0%
Acqua Minerale	4,1%	4,9%
Bevande Gassate	3,6%	3,5%
Passata di pomodoro	6,2%	6,3%
TOTALE LISTINI	5,0%	5,5%

Fonte: Elaborazioni interne Federdistribuzione

VARIAZIONE DEI LISTINI E DEI PREZZI

	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>Genn-Marzo 2008</u>
Variazione dei listini dell'industria (1)	+ 2,4%	+ 2,3%	+ 3,1%	+ 5,0%	+ 5,5%
Variazione dei prezzi al consumo (2)	- 0,1%	- 0,7%	+ 1,4%	+ 1,2%	+ 3,4%

Fonte

(1) Elaborazioni interne Federdistribuzione sui prodotti confezionati

(2) Elaborazioni Federdistribuzione su dati IRI Infoscan

Iper + Super riferiti ai prodotti di largo consumo confezionato

LE ATTIVITA' PROMOZIONALI DELLA GDO

Rappresentano il **21,3%** delle vendite

Sono in **continua crescita**

Lo sconto assicurato è sempre maggiore
a Febbraio 2008 nelle promozioni di prezzo
il 12,8% con sconto > 40%

3 miliardi di volantini diffusi nel 2007
nel solo settore alimentare

PROPOSTA FEDERDISTRIBUZIONE CONTRO IL CARO PREZZI

Oltre 13.000 punti vendita si impegnano a inserire sempre nelle loro promozioni con sconti tra il 10 e il 40% almeno una referenza di ognuna delle seguenti categorie di prodotto

Merendine Biscotti frollini Latte UHT Yogurt Caffè Pasta di semola	Pasta all'uovo Riso Pomodori passati, polpa o pelati Formaggi Salumi Olio extravergine d'oliva	Acqua minerale Bevande gassate/non gassate Vino Detersivi polvere o liquidi Carta igienica
---	---	--

Questa iniziativa è valida dal 2 maggio al 31 dicembre 2008

PROPOSTA FEDERDISTRIBUZIONE CONTRO IL CARO PREZZI

Le seguenti insegne appartenenti a Federdistribuzione

<p>Auchan-Sma: Auchan Cityper Punto Sma Simply Sma</p> <p>Bennet</p> <p>Carrefour Italia: Carrefour GS Diperdi</p> <p>Despar: Despar Eurospar Interspar Iperspar</p> <p>Esselunga</p> <p>Finiper Iper</p> <p>Il Gigante</p>	<p>Interdis: Alis Alvi Alvimarket Decò Dimarket Dimeglio Dimeglio Point Euroesse Fresco Mio Girandola Happy Market Iper le Dune Iperalvi Ipershop Ipersidis Italmec Maestri del fresco Market Dimeglio Market Ingross Maxi Maxisidis Maxistore Maxistore Dimeglio Migross supermercati Quali Qui conviene Ser Franco Sidis</p>	<p>Sidismini Super M Superalvi Supermercati Gruppo Isa</p> <p>Iperal</p> <p>Lombardini Holding: Comprabene Il Pellicano LD</p> <p>Magazzini Gabrielli: Oasi Tigre Maxi Tigre Dis</p> <p>Pam: Metà Pam Panorama Supèral In's</p> <p>Penny Market</p> <p>Rewe/Standa : Standa Iperstanda Billa</p>	<p>Selex Gruppo Commerciale: Alì Bigstore Emisfero Famila Futura Galassia Iperfamila L'Abbondanza Leon Maxisconto Mercatò Pan Pick Up Super A&O Superdi Superelite Supermercati Dok Zerbimark</p> <p>Sermark</p> <p>Supermercati Cadoro</p> <p>Unes Supermercati U! Come tu mi vuoi U2 Doppia convenienza Tuttok</p>
--	---	--	--

PROPOSTE PER LO SVILUPPO DEL PAESE

- 1) Una politica di sviluppo centrata sul terziario → servizi, turismo commercio, infrastrutture**
- 2) Una politica dei consumi per avere un modello di crescita che sia centrato sulla domanda interna**
- 3) Una politica fiscale che riduca la pressione su famiglie e imprese, finanziandosi con la lotta all'evasione, l'emersione del sommerso e una maggiore efficienza della Pubblica Amministrazione**
- 4) Una spinta al processo di liberalizzazione dei mercati**
- 5) Una riforma del mondo del lavoro che introduca più produttività e flessibilità**
- 6) Una politica di investimento sulle risorse umane.**