



---

WHITE PAPER

# I prezzi tornano a crescere

Analisi sull'andamento dell'inflazione nel Largo Consumo Confezionato

Luglio 2018

## I prezzi tornano a crescere

### Analisi sull'andamento dell'inflazione nel LCC

#### L'ANDAMENTO DEI PREZZI NELLE DIVERSE CATEGORIE

Dalla seconda metà del 2017 i prezzi medi del Largo Consumo Confezionato sono tornati a salire e nei primi 5 mesi del 2018 il comparto ha accumulato quasi un punto di crescita.

In un contesto generale che resta ancorato ad un clima di bassa inflazione, lo spunto dei prezzi dei beni primari confezionati è comunque un fatto significativo che sta influenzando negativamente la crescita dei volumi acquistati dalle famiglie nella prima parte dell'anno in corso (-0,7% il tendenziale dei volumi LCC nei primi 5 mesi del 2018).

Il rialzo medio complessivo dei Prezzi LCC è il risultato di diversi orientamenti fra i Reparti merceologici:

- I prezzi dei reparti Alimentari, soprattutto i Freschi venduti a Peso Fisso, che virano in positivo. Al contrario è in controtendenza l'Ortofrutta a causa del confronto con i rincari eccezionali dello stesso periodo del 2017 dovuti alle avversità climatiche che avevano compromesso molte produzioni orticole.

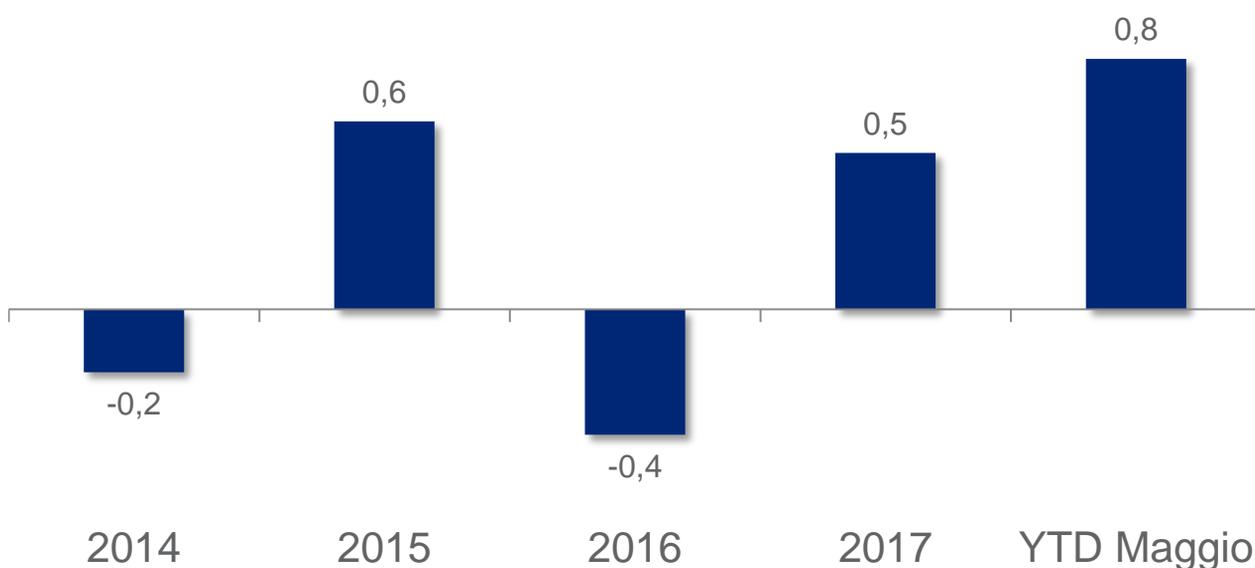
- Il calo dei reparti «chimici» (Casa e Persona) per i quali prosegue la fase deflazionistica in atto da molti anni che è determinata principalmente dalla accesa concorrenza orizzontale fra distribuzione alimentare e canali specializzati.

Tuttavia i dati medi generali sono il risultato di un ventaglio di situazioni createsi in funzione dell'influenza di diversi fattori interni ed esterni ai mercati.

Ad esempio, esplodendo l'analisi del fenomeno inflattivo per le 77 macro-categorie che compongono i reparti LCC si osserva che la tensione dei prezzi è sostenuta soprattutto da:

- Alimentari Freschi impattati da episodi di carenza di offerta a livello internazionale quali ad esempio lo «shortage» di grassi derivati del latte (burro) e le uova (ad esempio le uova fresche registrano un aumento dei prezzi del 27,3% nel progressivo gennaio-maggio)
- Voci degli Alimentari Freschi trainati da forte aumento della domanda, quali le Bevande Fresche, per i quali il consumatore

## Prezzi Medi LCC: variazioni % vs anno precedente



Fonte: IRI InfoScan Census ®- Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Casa-Toilette. Discount. Comparti del Largo Consumo Confezionato.. Prezzi Medi, variazioni % vs anno precedente

è disposto a riconoscere un valore aggiuntivo rispetto ai prodotti sostitutivi più tradizionali.

- I Vini/spumanti i cui prezzi scontano il calo della produzione del 2017 dovuta all'eccezionalità climatica (estate molto seccata).
- Alcune voci della Drogheria Alimentare a base animale o latte soggette a pressioni di costo o trainate da trend vivaci della domanda (ad esempio i Piatti pronti).

Prodotti del Cura Persona di Cosmesi/Profumeria influenzati dal cambiamento del mix degli acquisti verso prodotti di costo più elevato (es. latti abbronzanti nella categoria dei solari).

Al contrario, in calo di prezzo, svettano:

Molte voci dei prodotti per la Cura e L'igiene Domestica quali i detersivi per bucato, i lavastoviglie, i detersivi per superfici e i deodoranti per ambiente

- Alcune macrocategorie voci del Cura Persona come i prodotti per la Cura del Viso (non cosmetici), la rasatura, i prodotti

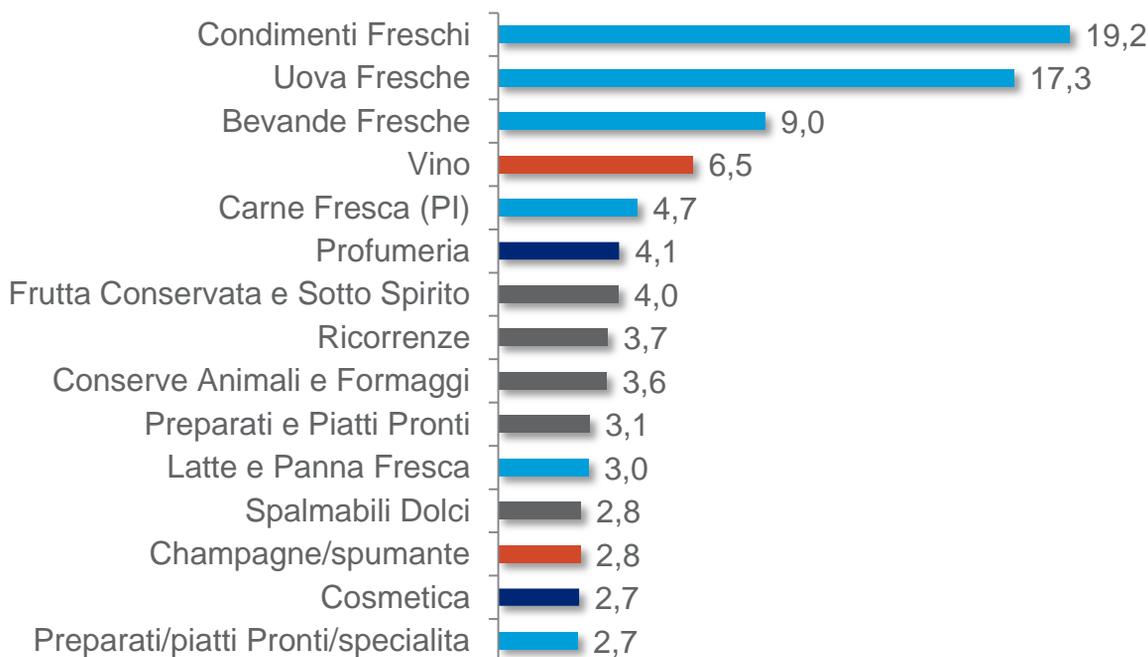
specifici per l'Infanzia e l'Igiene Personale (saponi, bagni/doccia schiuma, igiene intima).

- Certe categorie di Drogheria Alimentare come il Riso (calo in parte causato dalla massiccia importazione di materia prima extraeuropea), Cereali e Zuppe conservate (concorrenza da parte dell'analoga offerta fresca) e Specialità Etniche (aumento della concorrenza a scaffale).
- Le Verdure Fresche Confezionate, che come già detto in precedenza scontano il confronto con la controcifra dell'anno precedente.
- Negli «estremi del ventaglio» della classifica inflazionistica, da segnalare l'assenza di voci di Bevande Analcoliche (con l'eccezione dei preparati per bevande, con prezzi in calo) che in generale evidenziano poche oscillazioni di prezzo rispetto ai primi mesi del 2017.

Tuttavia portando il punto di osservazione un gradino più in basso, a livello delle 448 categorie che compongono l'offerta del Largo Consumo Confezionato, la situazione risulta ancora più articolata.

## Le Macroategorie dei Freschi dominano la classifica dell'inflazione

### Prime 15 Macroategorie LCC per CRESCITA dei prezzi: Gennaio-Maggio 2018, variazioni % tendenziali



Fonte: IRI InfoScan Census®- Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Casa-Toilette. Discount. Macrocategorie del Largo Consumo Confezionato.. Prezzi Medi, variazioni tendenziali

Ad esempio scopriamo che anche fra le voci del Cura Casa (reparto leader del "calo prezzi") ci sono categorie con prezzi in crescita significativa (>+2%) che assorbono 17 Euro ogni 100 spese dai consumatori per prodotti di questo reparto (tra questi gli additivi per il bucato e le nuove offerte nei deodoranti istantanei per l'ambiente).

Quota di spesa che sale al 29% se ci spostiamo nell'altro reparto mediamente in deflazione (Cura Persona). Oppure muovendoci nel mondo del "Freddo" (Gelati e Surgelati) ben il 51% della spesa si concentra in categorie con prezzi in decisa crescita (soprattutto Surgelati). A sua volta nel Bere Analcolico emergono tensioni di prezzo all'interno delle Acque e alcuni tipi di Bevande Gassate a causa della pressione dei trend

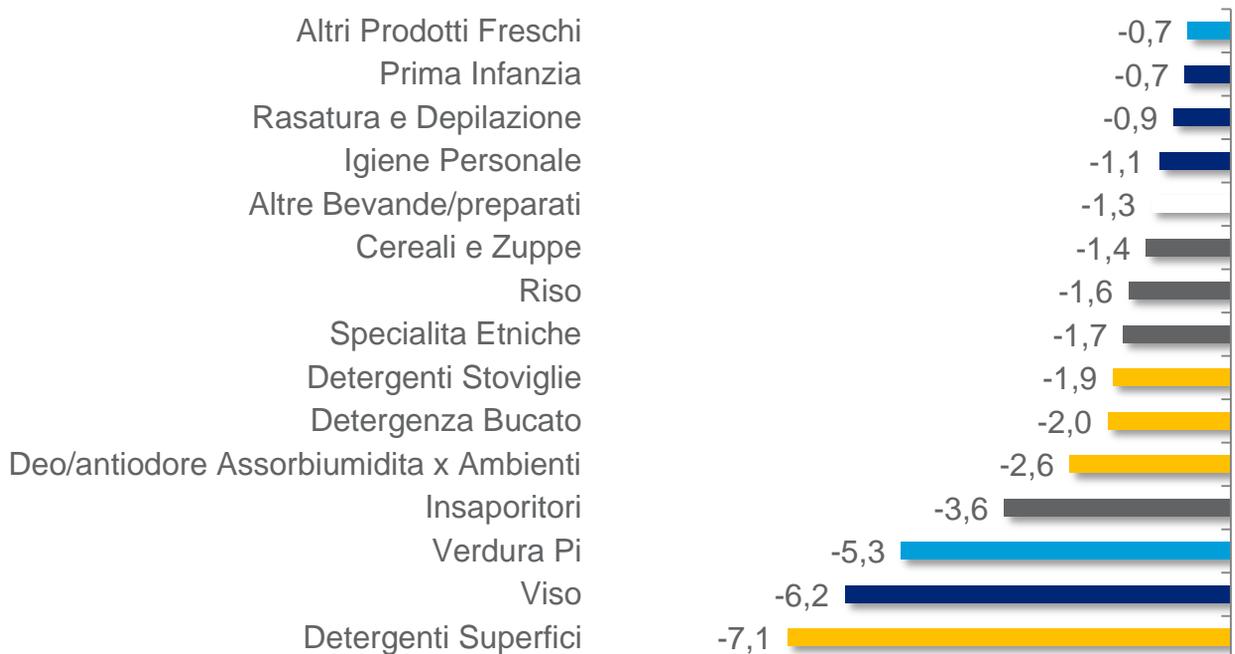
setter che spostano il mix degli acquisti verso le bottiglie piccole (sport/wellness) piuttosto che verso gusti non tradizionali nelle bevande aromatizzate.

## CONCLUSIONI

La ripresa dei prezzi del Largo Consumo Confezionato è guidata da fatti specifici e non è un fattore totalmente diffuso a tutte le voci che compongono il carrello della spesa, anzi il ventaglio delle situazioni è molto ampio. Pressioni di costo, specifiche situazioni concorrenziali e mutamento dei trend di domanda possono condizionare in misura diversa i prezzi delle differenti voci merceologiche provocando forti accelerazioni o cali significativi.

## In calo i prezzi di molte voci di Cura Casa, Drogheria e Cura Persona

### Prime 15 Macrocategorie LCC per CALO dei prezzi: Gennaio-Maggio 2018, variazioni % tendenziali



**Fonte: IRI InfoScan Census®- Totale Italia. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Casa-Toilette. Discount. Macrocategorie del Largo Consumo Confezionato.. Prezzi Medi, variazioni tendenziali**

IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito [www.iriworldwide.com/it-IT](http://www.iriworldwide.com/it-IT) per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1  
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, +39 3357312283

Copyright ©2018 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners