

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Non Food GS1 Italy | Indicod-Ecr - XIII Edizione

Nuovi trend, nuove risposte

Segno positivo per i consumi non alimentari rilevati dall'Istat che si traduce in un forte rallentamento del calo delle vendite dei beni non alimentari dell'Osservatorio Non Food.

Si consolida l'integrazione tra digitale e fisico: questa nuova vicinanza al consumatore diventa strumento per rimodulare l'offerta.

Milano, 7 luglio 2015 – Sono stati presentati lo scorso 29 giugno al Piccolo Teatro Grassi di Milano i risultati della tredicesima edizione dell'**Osservatorio Non Food** di **GS1 Italy | Indicod-Ecr** (*), lo studio realizzato in collaborazione con **TradeLab** che dal 2002 monitora in modo sistematico il settore dei beni non alimentari.

«L'edizione 2015 si è concentrata sui numeri ma anche sulle tendenze che sono emerse e si sono consolidate negli ultimi anni e che vedono il consumatore sempre più protagonista: diventa fondamentale cogliere le opportunità offerte da un nuovo paradigma di relazione con il consumatore dove fisico e digitale possono convivere idealmente in armonia nella stessa esperienza di acquisto» commenta **Marco Cuppini**, Research and Communication Director di GS1 Italy | Indicod-Ecr.

I consumi delle famiglie: segnali confortanti

La fase di contrazione dell'economia italiana è proseguita anche nel 2014, anche se con intensità inferiore.

Il Prodotto interno lordo (Pil) nazionale si è ridotto dello 0,4% in termini reali, diminuendo in modo significativo la caduta rilevata nel 2013, grazie soprattutto ai segnali di rafforzamento del ciclo economico che si sono manifestati nella seconda metà dell'anno.

Dopo la pesante contrazione mostrata durante la crisi del debito sovrano, i consumi complessivi delle famiglie nel 2014 sono nuovamente aumentati (+0,5%).

I consumi non alimentari Istat registrano un incoraggiante +0,6% e arrivano a pesare sui consumi complessivi un 14,8% nel 2014 (16,5% solo nel 2010).

I mercati: alcuni comparti riprendono a crescere

Il settore Non Food monitorato dall'Osservatorio(*) ha raggiunto nel 2014 un valore complessivo che supera i 98 miliardi euro, segnando una flessione del -1,2% (dato aggiornato a luglio 2015 che modifica leggermente la stima di giugno 2015 pari a -1,4%), con una netta contrazione della caduta, che nel 2013 era stata del -3,6%.

Alcuni comparti Non Food hanno registrato, dopo oltre due anni consecutivi di caduta, una ripresa nelle vendite: Mobili e Arredamento (+1,6%), Giocattoli (+0,9%) e Prodotti da automedicazione (+3,5%). Per la maggior parte dei restanti comparti si legge, se non ancora un segnale positivo, una frenata nella caduta dei consumi.

I canali: un po' meno ipermercati e specializzati

La flessione delle vendite Non Food nel 2014 ha avuto un impatto diverso sui canali:

- Lo sviluppo di ipermercati e supermercati continua a trovare forti difficoltà; meno 1 per gli Ipermercati e aumenta solo la rete relativa ai discount. In generale le GSA vedono contrarsi ulteriormente la loro quota di mercato in comparti storicamente difficili come Bricolage ed Elettronica di consumo mentre recuperano un po' di spazio nei comparti Casalinghi, Cartoleria e Tessile.



- La rete moderna specializzata, continua a contrarsi, ma in modo meno sostenuto: nel complesso l'Istat rileva un -1,6% di esercizi nel commercio specializzato al dettaglio non food che per l'Osservatorio si traduce in un -2,2% per i comparti coperti dall'Osservatorio, dove risultano particolarmente penalizzati i punti vendita del settore Tessile e viceversa cresce la presenza sul territorio di punti vendita del comparto Casalinghi, Elettronica di consumo e Articoli sportivi

Nuovi trend, nuove risposte

L'edizione 2015 dell'**Osservatorio Non Food di GS1 Italy | Indicod-Ecr** ha rilevato anche una serie di tendenze che si sono consolidate nel tempo e che vedono il consumatore sempre più protagonista. Le logiche di fondo del nuovo retailer: "razionalizzazione", "vicinanza", "valore", "esperienza" generano un'offerta che dal tradizionale "procurement" ridisegna una nuova esperienza di shopping in nuovi luoghi di incontro; che siano poi digitali o fisici, non è rilevante per il consumatore di oggi.

(*) L'Osservatorio Non Food di GS1 Italy | Indicod-Ecr raccoglie informazioni su 13 comparti: Mobili e Arredamento, Abbigliamento e Calzature, Bricolage, Cartoleria, Edutainment, Casalinghi, Elettronica di consumo, Prodotti di profumeria, Prodotti per automedicazione, Giocattoli, Gioielli e Orologi, Prodotti di ottica, Tessile.

Per informazioni:

Marco Cuppini
Research and Communication Director GS1 Italy | Indicod-Ecr
Tel. 02.777212362 - Cell. 335.5757988
E-mail: marco.cuppini@indicod-ecr.it

Ufficio Stampa GS1 Italy | Indicod-Ecr
Eidos - Filippo Ferrari
Tel 02.89.00.870 - E-mail: fferrari@eidos.net

GS1 Italy | Indicod-Ecr è l'associazione italiana che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive operanti nel settore dei beni di largo consumo. Il suo obiettivo è di facilitare le relazioni tra le imprese e rendere più efficiente tutta la filiera produttore/distributore/consumatore. E lo realizza attraverso la diffusione di standard e modelli adottati a livello mondiale: dal ben conosciuto codice a barre, alla comunicazione elettronica B2B fino alle nuove etichette in radiofrequenza. È presente in Italia con GS1 Italy ed ECR Italia, che rappresentano i due organismi internazionali GS1 ed ECR Europe.

web: indicod-ecr.it - tendenzeonline.info

twitter: @GS1Italy - @tendenzeonline