

TIMES & TRENDS



Assegnazione **PREMIO
ASSIRM
2014**

19 Giugno
Giovedì
2014

orario:
dalle 14.30
alle 16.00

presso
LA CORDATA
Via San Vittore, 49 - **Milano**



Times & Trends 2013/ 2014

La ricerca di mercato descrive gli aspetti della ripresa

Maurizio Pessato
Vice Presidente Vicario

Con il contributo di:



IRi
Growth delivered.



19 giugno 2014

La Cordata – Via San Vittore, 49 - Milano

Agenda

Times & Trends 2013/2014

- **Le valutazioni dei Consumatori e delle Imprese**
- **Gli indicatori Assirm come strumento diagnostico per la competitività italiana nello scenario europeo:**
 - Slim Factor Index , International Slim Factor Index e Monitor Attrattività Locale
- **I dati italiani e internazionali del settore delle Ricerche di Mercato**

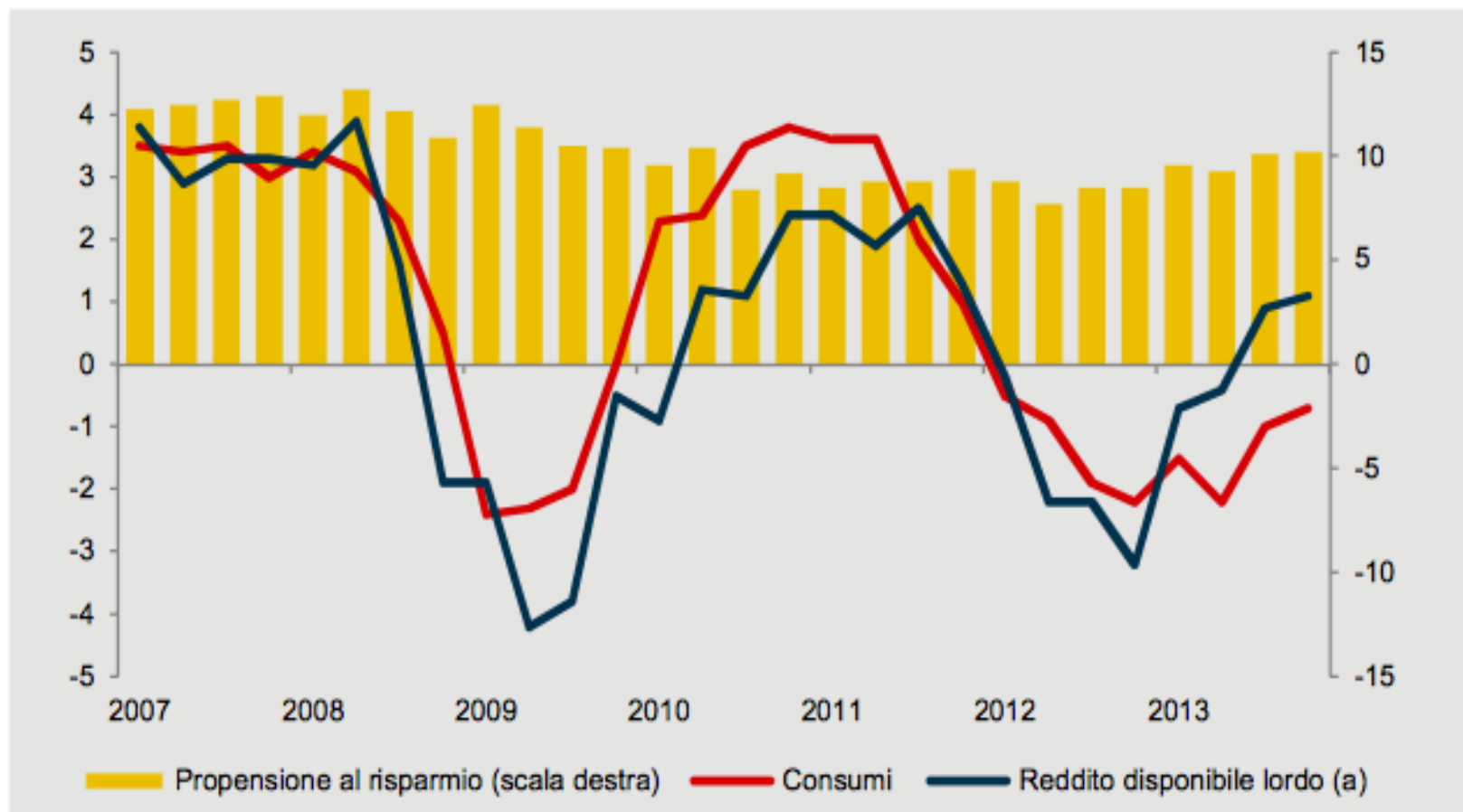
Assegnazione Premio Assirm 2014

L' economia italiana: non lasciar cadere le opportunità

- Il contesto nazionale di riferimento
- L'umore dei cittadini e delle imprese
- Dinamiche di mercato
 - Largo Consumo
 - Out Of House (Fuori casa)

L' economia italiana: reddito e consumi delle famiglie

Figura 1.8 Reddito disponibile, spesa per consumi e propensione al risparmio delle famiglie - Anni 2007-2013 (valori concatenati, anno di riferimento 2005; variazioni tendenziali e valori percentuali)



Fonte: Istat, Conti economici nazionali

(a) Reddito disponibile lordo delle famiglie consumatrici in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali delle famiglie.

➤ Climi aziendali

Fonte: GfK Eurisko

TIMES & TRENDS

Assegnazione **PREMIO ASSIRM 2014**

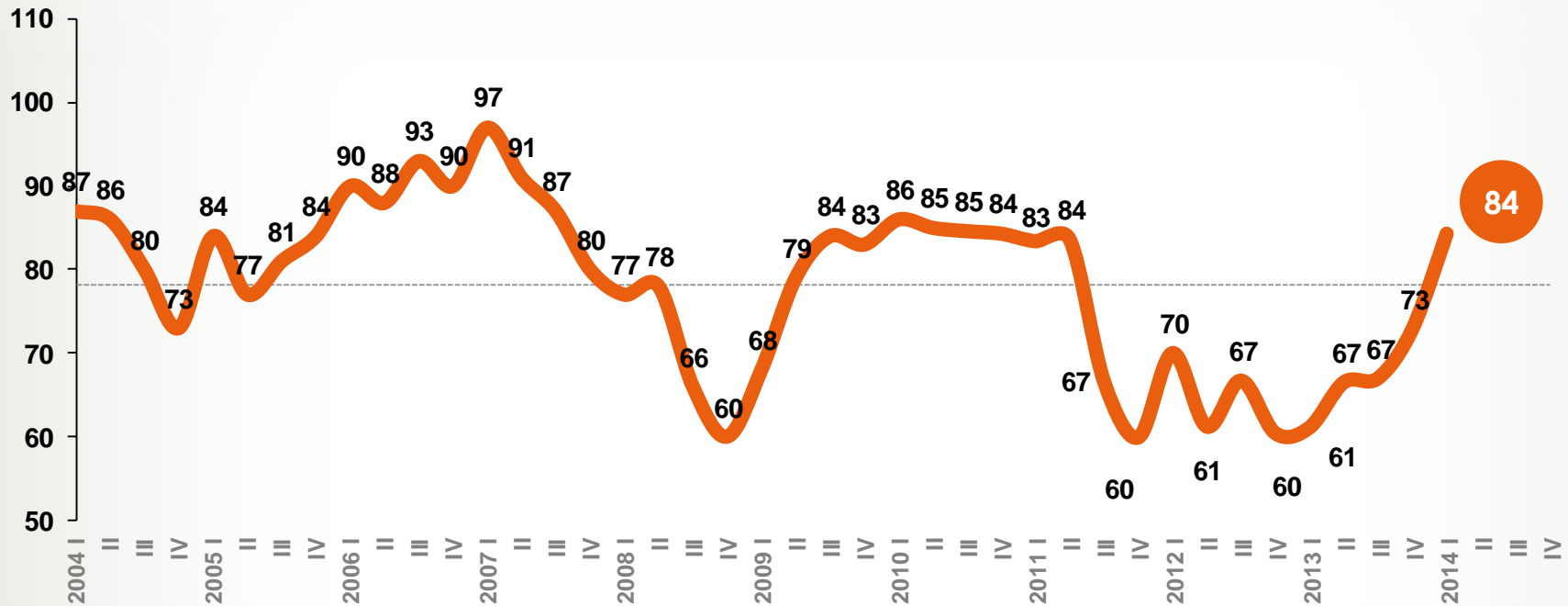
19 Giugno Giovedì 2014

orario:
dalle 14.30
alle 16.00

presso
LA CORDATA
Via San Vittore, 49 - **Milano**

Index of Corporate Sentiment: trend

INDEX OF CORPORATE SENTIMENT



Δ **tendenziale (vs mar. '13)**

+23

Δ **Congiunturale (vs dic. '13)**

+11

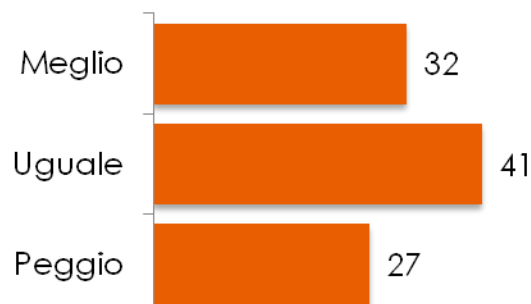
*indicatore di fiducia delle aziende che sintetizza: a) percezione della situazione economica attuale della propria azienda b) le prefigurazioni sulla situazione economica nei prossimi 12 mesi della propria azienda c, d) le prefigurazioni a 12 mesi, e a 5 anni sulla situazione economica dell'Italia e) propensione a fare investimenti aziendali

Situazione della propria azienda

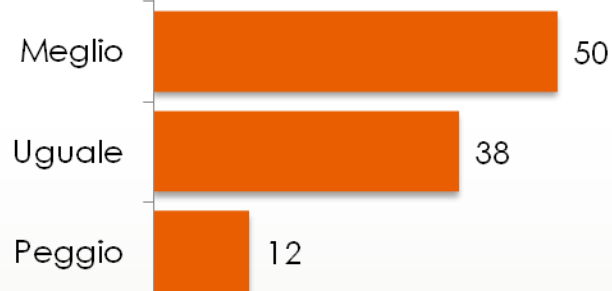
(Base: campione totale, n=746)

"L'attività della Sua azienda va meglio o peggio rispetto a un anno fa? E fra un anno pensa che l'attività della Sua azienda andrà meglio o peggio di oggi?"

RISPETTO AD UN ANNO FA VA...



TRA UN ANNO ANDRA'...

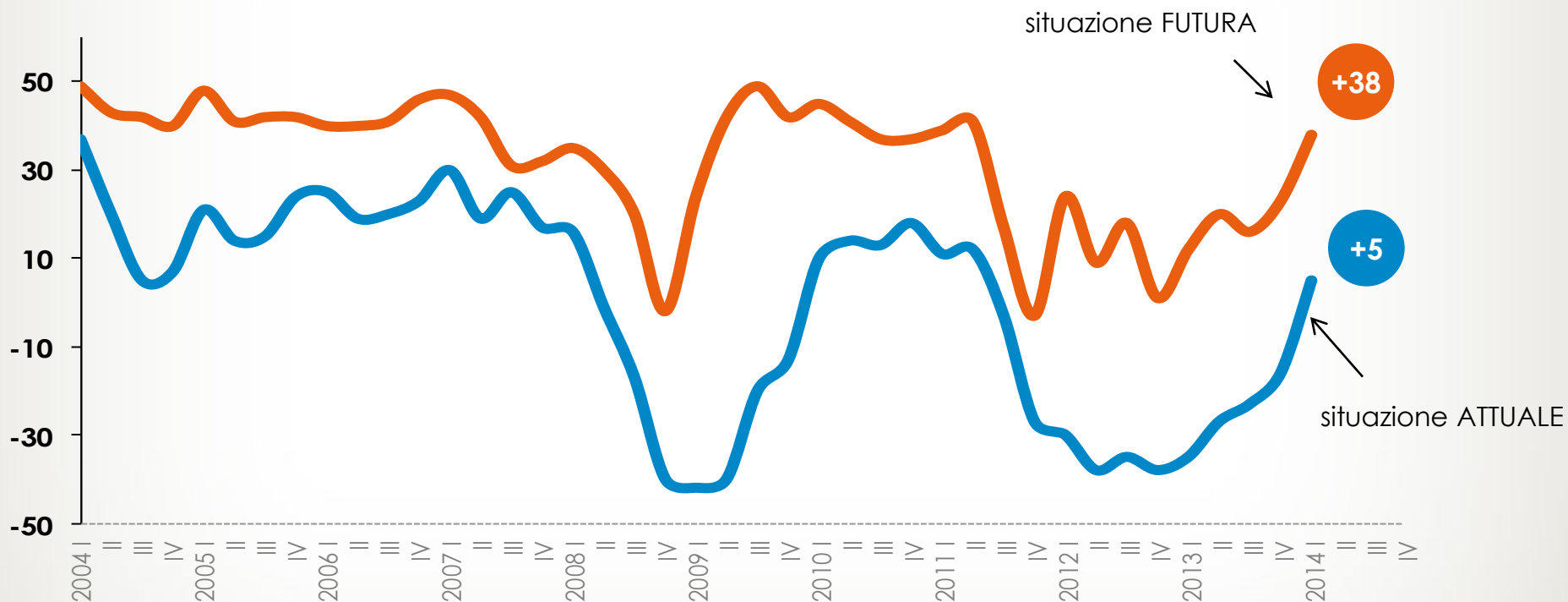


valori%

Situazione della propria azienda: trend

"L'attività della Sua azienda va meglio o peggio rispetto a un anno fa? E fra un anno pensa che l'attività della Sua azienda andrà meglio o peggio di oggi?"

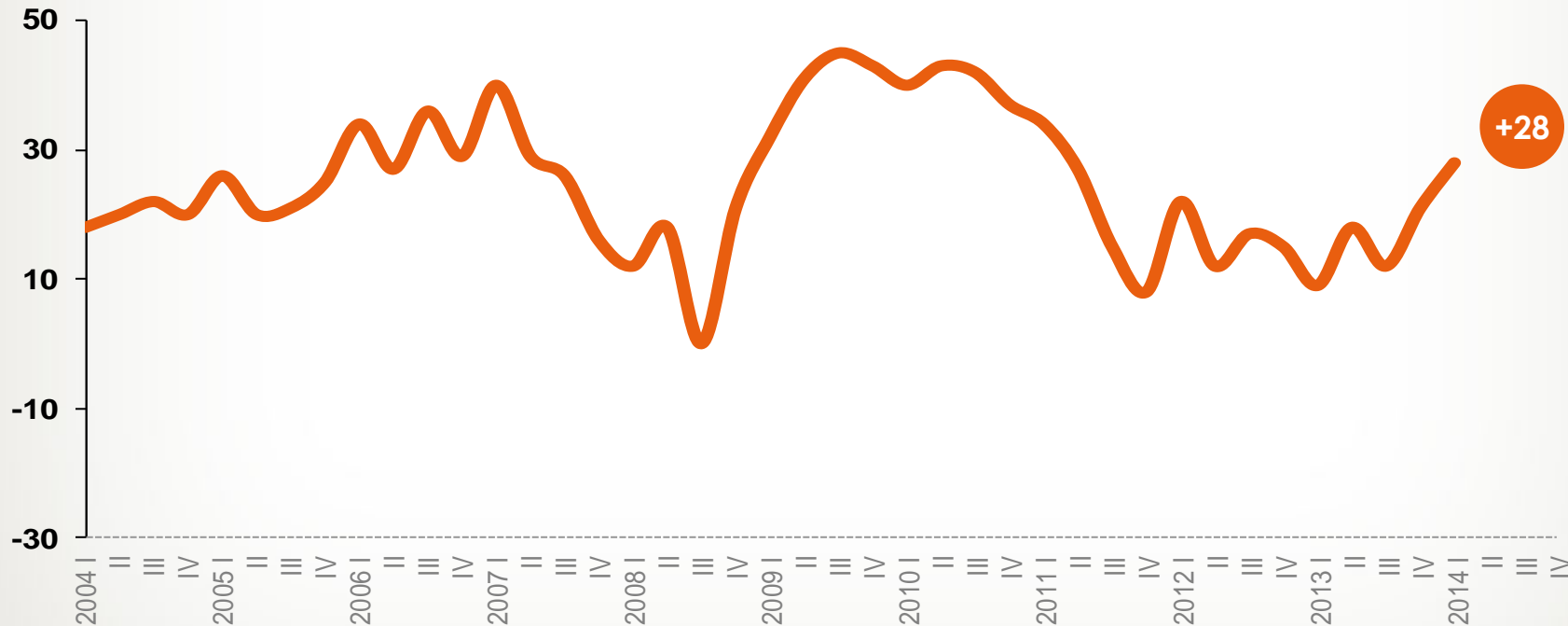
Rispetto ad 1 anno fa la situazione SUA AZIENDA è...? Tra 1 anno sarà ...?
($\Delta\%$ meglio e peggio)



Propensione verso gli investimenti: trend

"Se consideriamo gli investimenti per lo sviluppo delle aziende, Lei pensa che questo sia un momento favorevole o sfavorevole per fare investimenti per un'azienda?"

PROPENSIONE INVESTIMENTI questo è un momento...? ($\Delta\%$ favorevole e sfavorevole)



➤ Indice di confidenza nel futuro

opinione pubblica

Fonte: ASSIRM

TIMES & TRENDS

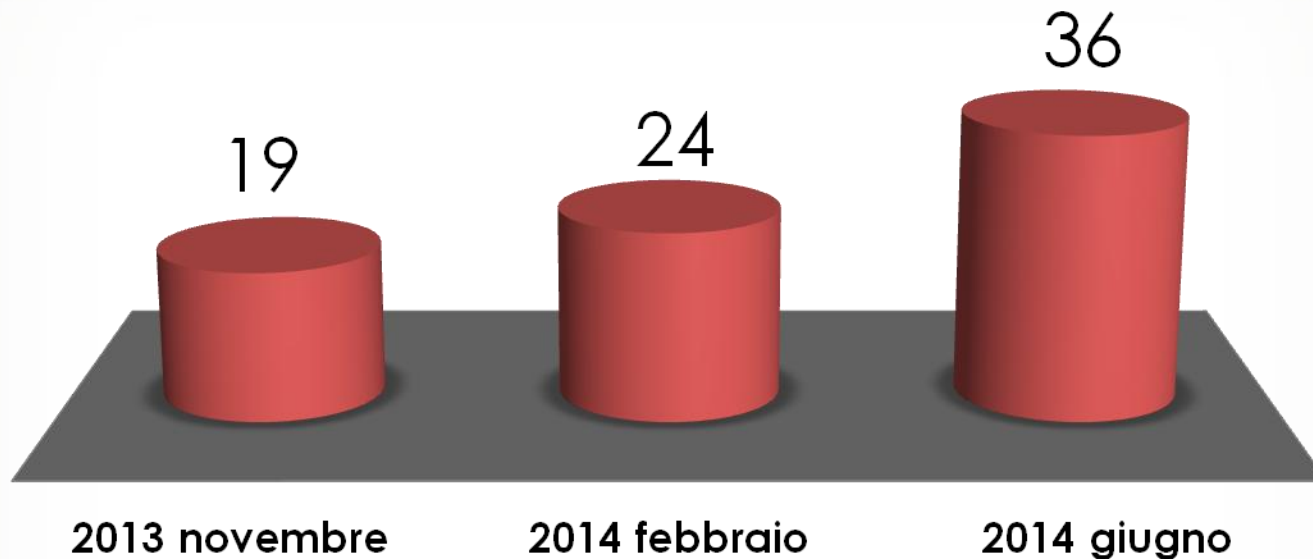
Assegnazione **PREMIO ASSIRM 2014**

19 Giugno Giovedì 2014

orario:
dalle 14.30
alle 16.00

presso
LA CORDATA
Via San Vittore, 49 - **Milano**

Indice di confidenza nel futuro



Fonte: www.assirm.it

Elaborazione ASSIRM – residenti maggiorenni

Valori %

➤ Il largo consumo

Fonte: IRI

TIMES & TRENDS

Assegnazione **PREMIO ASSIRM 2014**

19 Giugno Giovedì 2014
orario: dalle 14.30 alle 16.00

presso **LA CORDATA**
Via San Vittore, 49 - **Milano**

Evidenze

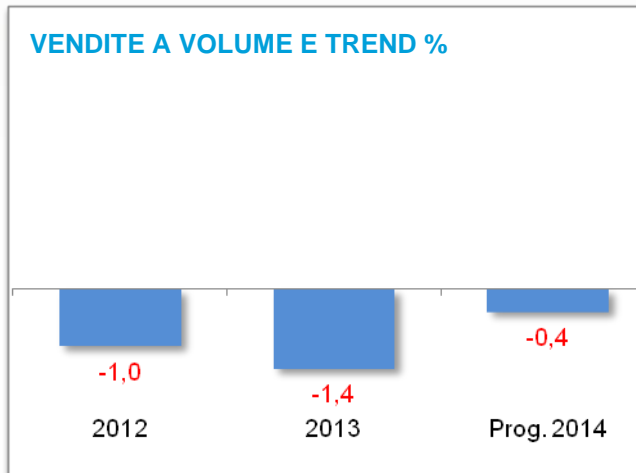
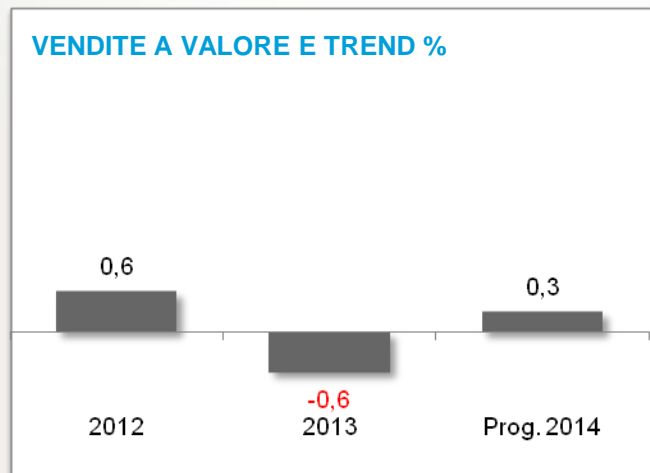
La prima parte del 2014 purtroppo registra la «doccia fredda» del dato negativo del PIL, giunto inaspettato fino a poco tempo prima, per lo meno riguardo alla sua entità. Un ripresa che fatica perciò ad affermarsi e che deve ancora liberarsi dalle problematiche strutturali del Paese.

Una volta assestatesi le fluttuazioni dovute al calendario pasquale, anche il largo consumo conferma un calo dei volumi nel primo quadrimestre, coerentemente alla dinamica del contesto economico complessivo.

Tuttavia confermiamo i segnali deboli che indicano qualche elemento di positività che sta emergendo. Infatti continua l'arresto dell'impoverimento del basket di spesa (trading down) ed il contemporaneo, seppur parziale, finanziamento da parte delle famiglie dell'inflazione del comparto.

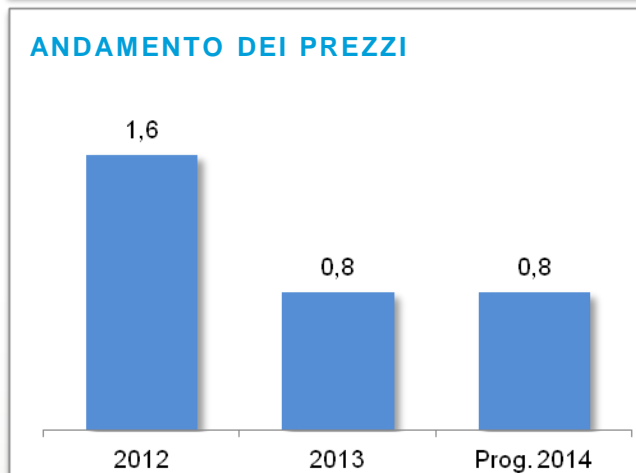
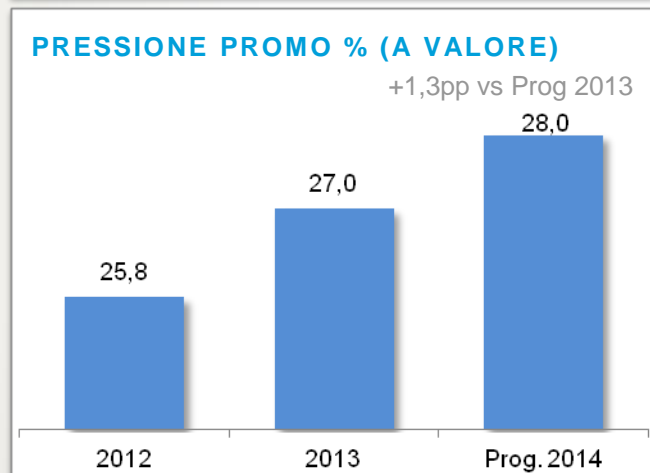
I prezzi LCC mostrano, anche nell'ultima congiuntura, un'elevata resistenza a rientrare, soprattutto nei comparti alimentari, la cui corsa resta al di sopra della crescita del costo medio della vita.

Il dato di Aprile delle vendite LCC descrive ancora uno scenario di debolezza.



COMMENTI

- Nel primo quadrimestre il livello delle vendite a volume LCC risulta ancora inferiore rispetto alla controcifra 2013.
- L'inflazione LCC rimane costante rispetto al 2013 e si mantiene sopra ai livelli Istat del costo della vita.
- La pressione promozionale è ancora cresciuta rispetto al progressivo di aprile dello scorso anno (+1,3 punti).

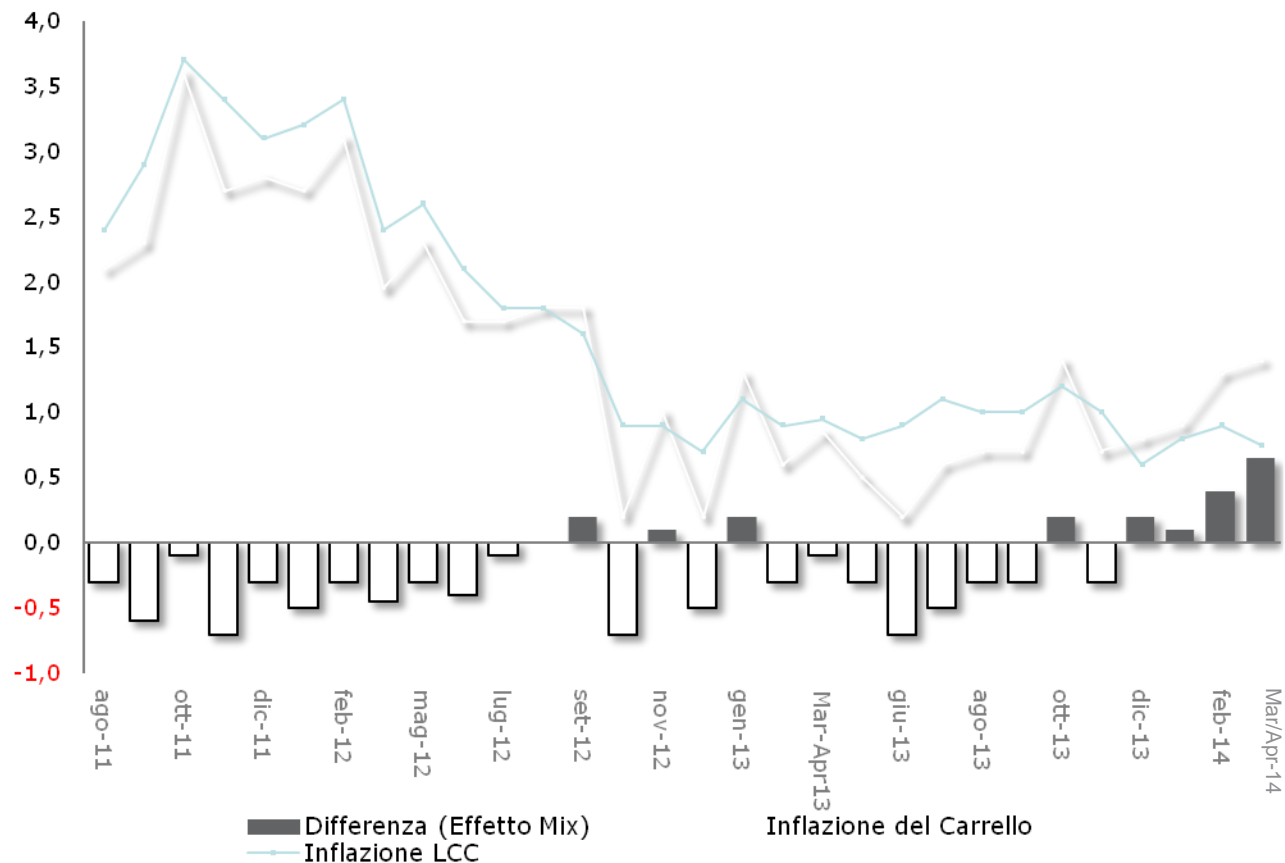


Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Casa-Toilette. -
¹Valori a prezzi costanti.

Prog. 2014 aggiornato a Aprile

Continuano i lievi segnali di arresto del trading down

INFLAZIONE TENDENZIALE – LARGO CONSUMO CONFEZIONATO



COMMENTI

- Marzo/Aprile 2014
Inflazione: +0,7%
Carrello: +1,4%
- Si registrano da 4 mesi dinamiche dei fattori di prezzo che vedono arrestare la tendenza al trading down del mix degli acquisti, individuando così una scarsa ricomposizione della spesa verso prodotti di fascia di prezzo più bassa. E' probabile che, seppur in parte, questo fenomeno sia spiegabile dai diversi atteggiamenti promozionali fra marche industriali e marchi del distributore.

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

➤ Macro Trend del Mercato del Fuori Casa in Italia

Fonte: NPD

The graphic features a red banner at the top with the text "TIMES & TRENDS" in white. To the right of the banner is a stylized clock face with radiating lines. Below the banner, the date "19 Giugno Giovedì 2014" is displayed in white on a red background. To the right of the date, the time "orario: dalle 14.30 alle 16.00" is shown in white on a grey background. Further right, the location "presso LA CORDATA Via San Vittore, 49 - Milano" is written in black on a grey background. On the far right, the text "Assegnazione PREMIO ASSIRM 2014" is displayed in black, with "PREMIO ASSIRM 2014" in a larger font. A red square with white circles is located at the bottom right of the graphic.

Evidenze

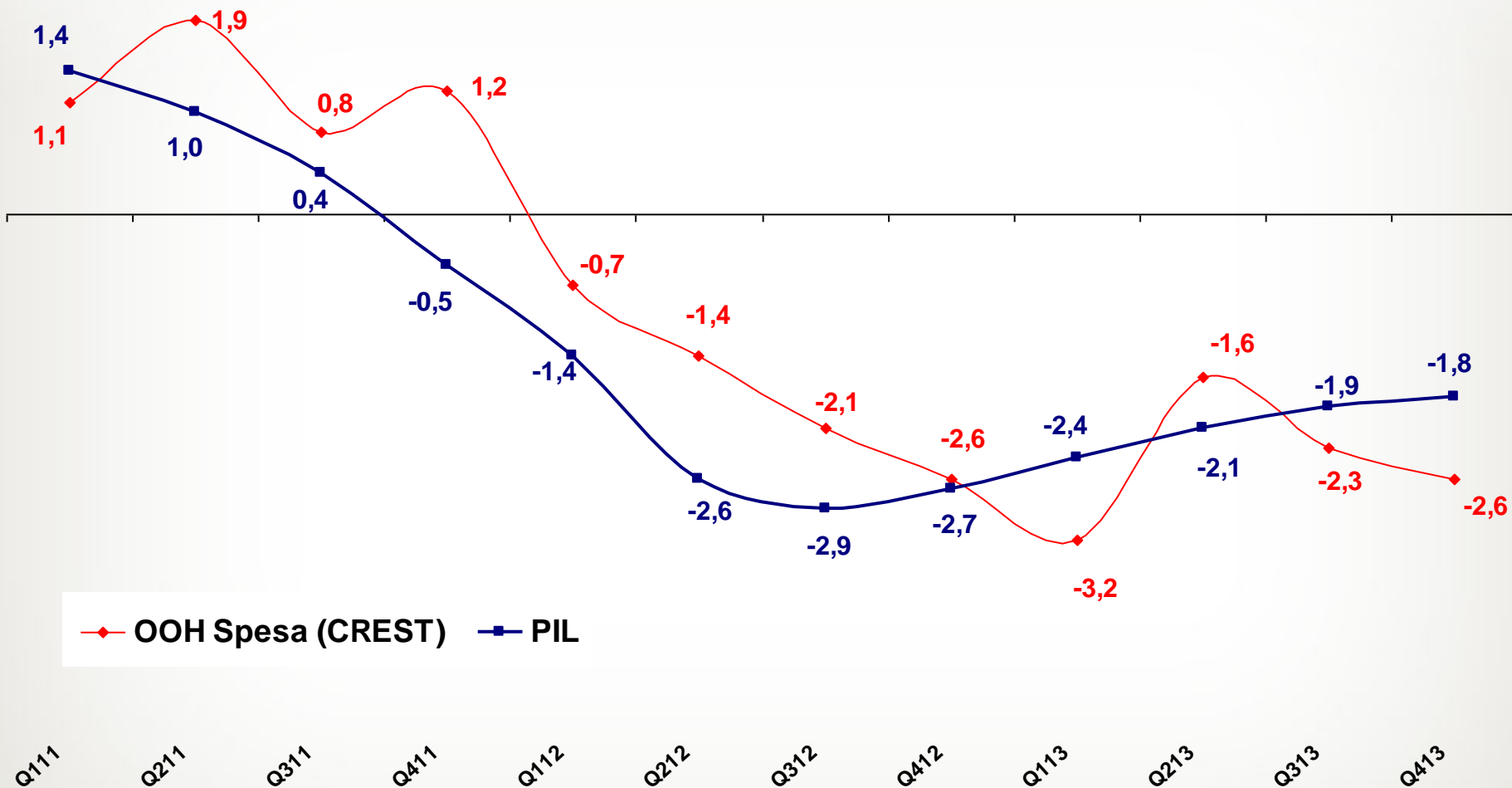
Il processo è ormai compiuto e le perdite che si evidenziano sono di fuoriuscita dal mercato. I trend negativi a pranzo e nel weekend indicano vere e proprie rinunce al fuori casa.

Si chiude un anno pesante per il fuori casa italiano, il peggiore da quando la crisi ha colpito il nostro paese.

L'ipotesi di una ripresa economica lascia ben sperare anche se il perdurare della crisi ha profondamente mutato i comportamenti di consumo.

Mentre in altri mercati la crisi ha portato a spostare nel tempo acquisti preventivati, nel fuori casa sono cambiati i processi decisionali e i comportamenti. Oggi è difficile prevedere se la ripresa economica farà uscire ancora di casa gli italiani come un tempo visto che si sono sedimentati nuovi atteggiamenti nei confronti dell'esperienza di consumo domestica e extra-domestica.

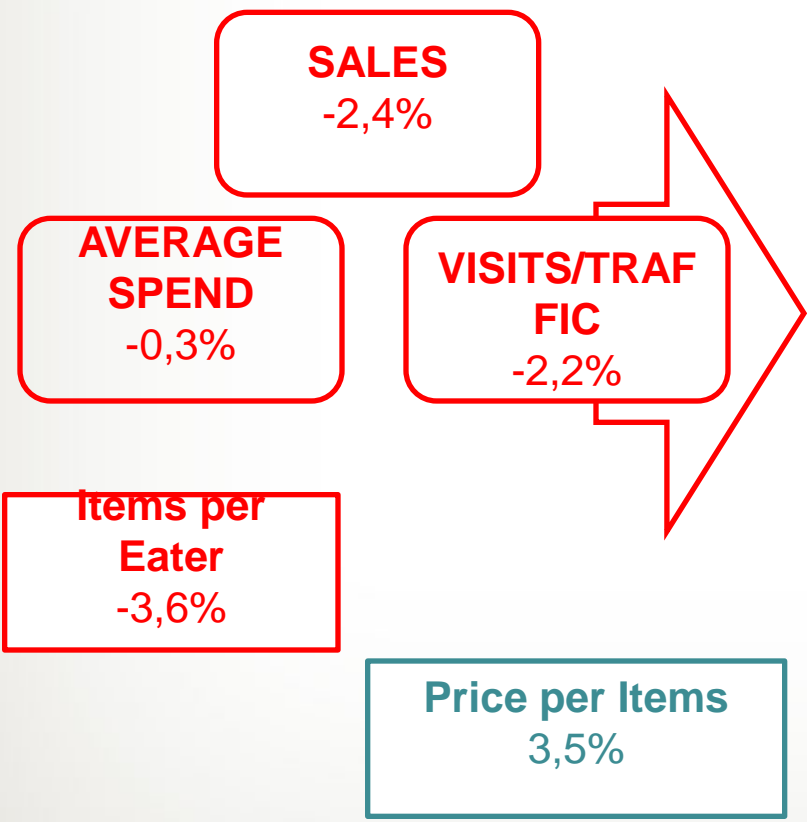
Anche se rallenta la decrescita del PIL la spesa in consumi fuori casa continua a decrescere



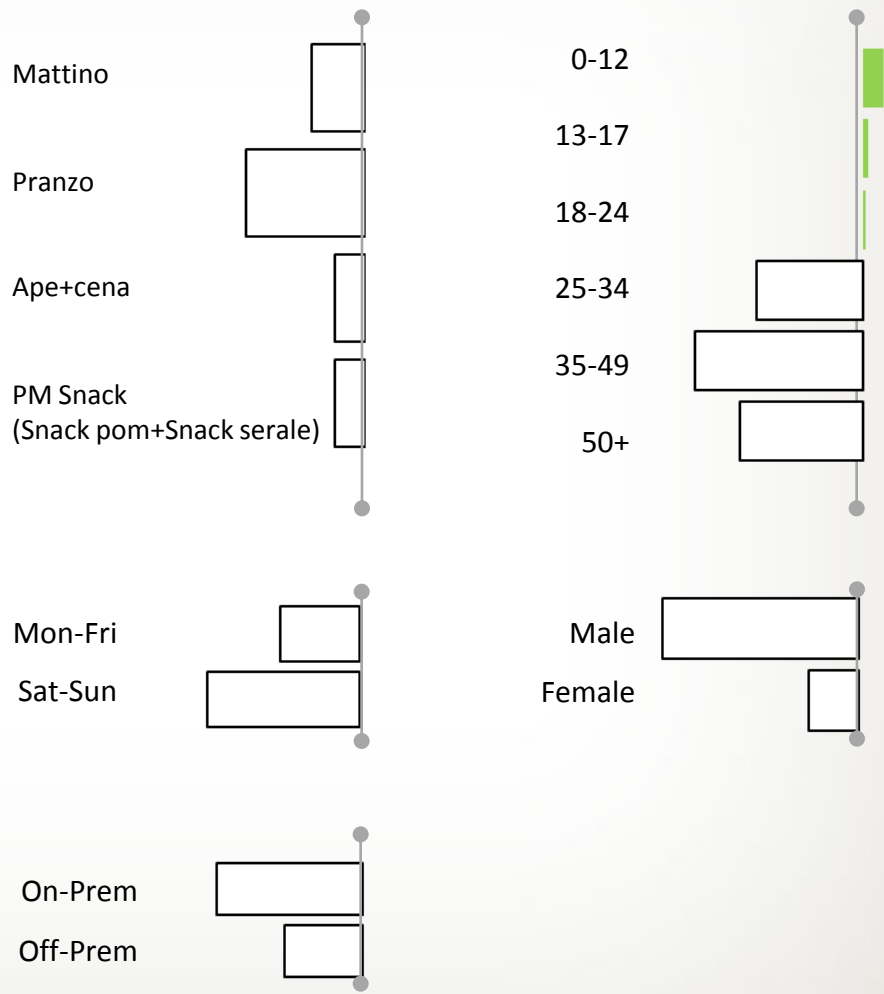
—◆— OOH Spesa (CREST) —■— PIL

A totale OOH crescono le fasce più giovani ma tutte le altre aree soffrono

Totale OOH
Componenti della spesa
AT Dic '13 vs '12



Totale OOH
Contributo al trend Visite



Indicatore di competitività complessiva del sistema Italia:

Slim Factor Index (SFI)

A cura di

Alessandro Amadori, Martina Magli e
Paola Simonetta

Giugno 2014



Elaborazione periodica di dati DESK

La misurazione della capacità competitiva complessiva italiana avviene attraverso l'utilizzo di un **indicatore trimestrale** che sintetizza i dati raccolti in tre macro aree :

- le **esportazioni**;
- la **ricezione turistica**;
- la **domanda aggregata del mercato interno**.





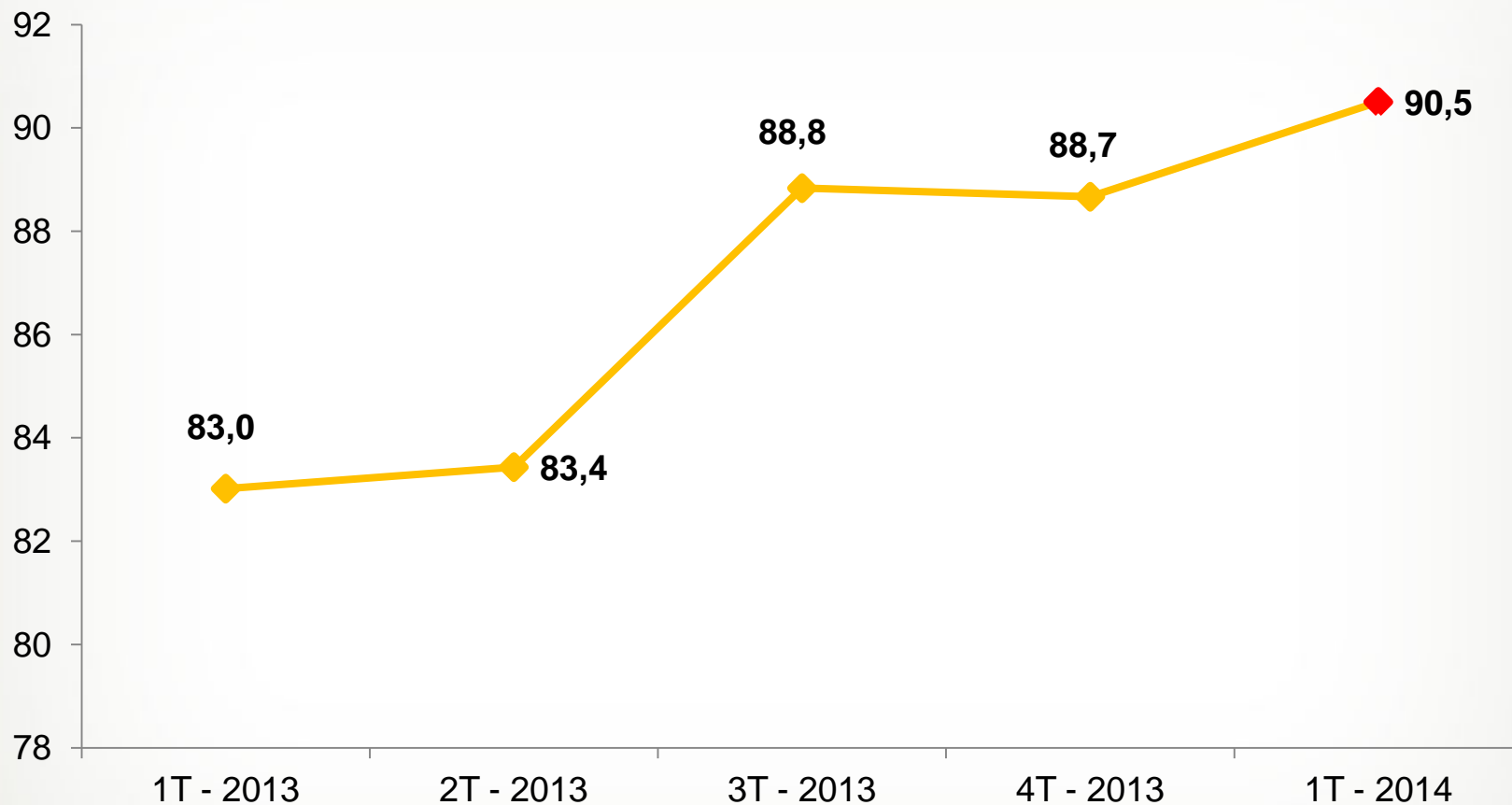
La composizione dell'indicatore

Per calcolare lo SFI abbiamo scelto le seguenti variabili:

1. Esportazioni totali nazionali (2005 = 100)
2. Rapporto esportazioni/importazioni totali nazionali (2005 = 100)
3. Arrivi totali negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)
4. Permanenze negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)
5. Differenza tra imprese attive e imprese cessate (2005 = 100)
6. PIL e sua variazione (base mobile)
7. clima di fiducia delle imprese manifatturiere (base 2005=100)
8. clima di fiducia delle imprese di costruzioni (base 2005=100)
9. PIL lato produzione (base mobile)
10. Fiducia dei consumatori rilevata dall'Istat (2005 = 100)



RICEZIONE TURISTICA



- Arrivi totali negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)
- Permanenze negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)



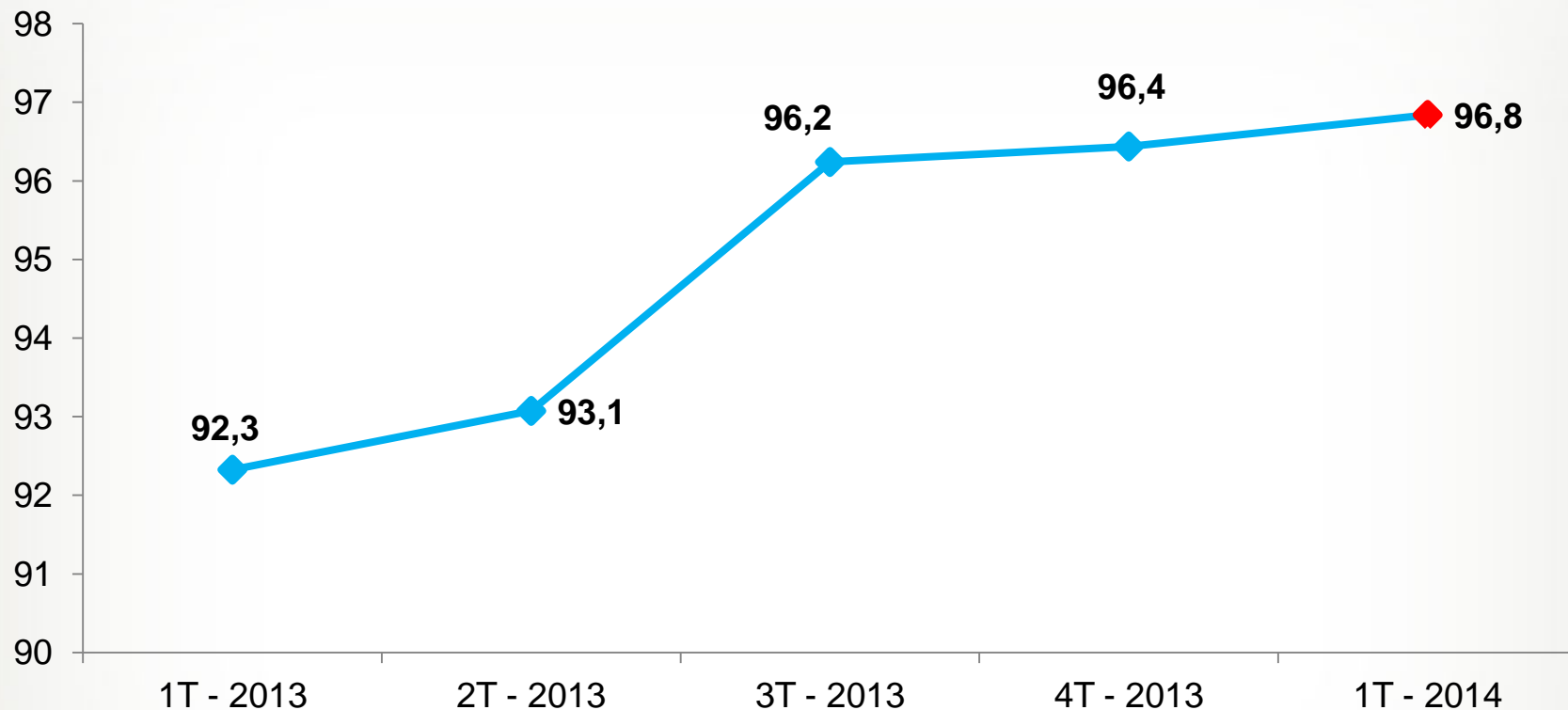
ESPORTAZIONI



- Esportazioni totali nazionali (2005 = 100)
- Rapporto esportazioni/importazioni totali nazionali (2005 = 100)



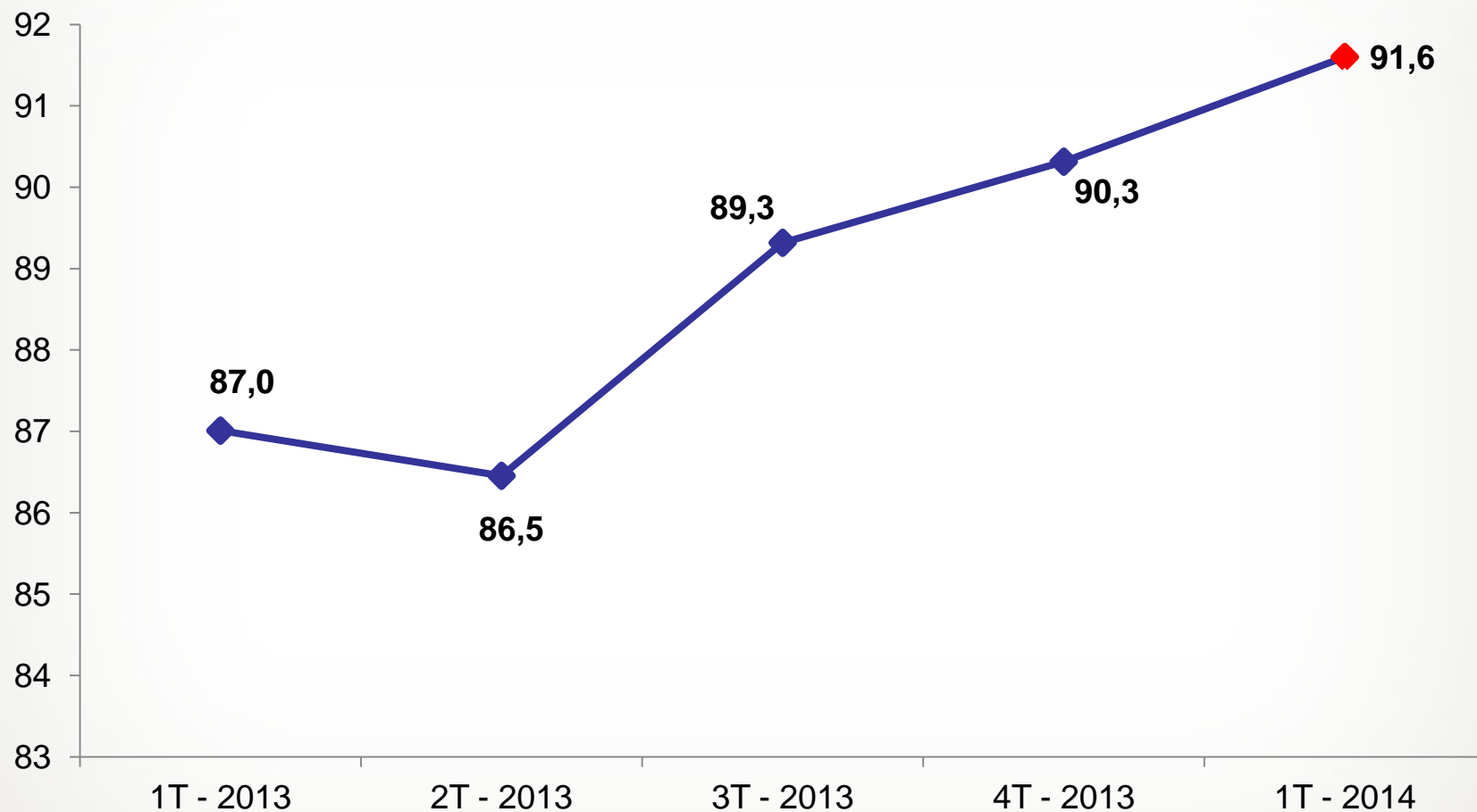
MERCATO INTERNO



- Differenza imprese attive e imprese cessate (2005 = 100)
- PIL e sua variazione (base mobile)
- Fiducia dei consumatori rilevata dall'Istat (2005 = 100)
- Clima di fiducia delle imprese manifatturiere (numero indice base 2005=100)
- Clima di fiducia delle imprese di costruzioni (numero indice base 2005=100)
- PIL lato produzione (base mobile)



Slim Factor Index





Slim Factor Index

Il nostro indicatore di competitività per il sistema-paese evidenzia che, con l'inizio del 2014, si sono manifestati segnali di tonificazione del quadro complessivo.

Nonostante il dato inizialmente non positivo del PIL, una più accurata misurazione dei principali parametri di valutazione della dinamica contingente della società e dell'economia nazionali ci porta a vedere con **moderato ottimismo** l'andamento tendenziale dell'anno in corso.

Mercato interno, ricezione turistica ed esportazioni stanno convergendo verso un quadro di maggiore positività. Non si può certo dire che la ripresa sia alle porte, ma forse il «sistema anticorpale» del nostro paese sta iniziando a reagire positivamente.

Centro Studi e Formazione Assirm

Giugno 2014

IAL – INDICATORE di ATTRATTIVITÀ LOCALE

Un'analisi del potenziale socioeconomico dei territori

Lo strumento

Lo **IAL** è un indicatore che permette di sintetizzare lo stato socio-economico, come in una sorta di cruscotto, di ogni comune italiano. Nasce dalla combinazione di **nove indicatori elementari** reperibili da diverse fonti pubbliche, quali Istat e Dipartimento delle Finanze.

Nove indicatori elementari:

- ❖ *Reddito mediano annuo*
- ❖ *Divario ricchi/poveri*
- ❖ *% obbligo scolastico non conseguito*
- ❖ *% possesso diploma*
- ❖ *Età media popolazione*
- ❖ *N. indice variazione popolazione 2008-2012*
- ❖ *N. indice variazione famiglie 2008-2012*
- ❖ *Indice migratorio*
- ❖ *Eterogeneità*

GRIGLIA DI VALUTAZIONE	
IAL > 120	Attrattività ALTA
110 < IAL < 120	Attrattività MEDIO ALTA
105 < IAL < 110	Attrattività MEDIA
95 < IAL < 105	Attrattività MEDIO BASSA
IAL < 95	Attrattività BASSA

I comuni mappati

Fino ad oggi sono stati mappati più di mille comuni italiani. In questo documento presenteremo i capoluoghi di provincia lombardi, a esclusione di Monza e Brianza che, data la sua recente costituzione, non è ancora in grado di mettere a disposizione tutti i dati necessari alla costruzione dell'indicatore.



La classifica delle province

Il capoluogo di provincia lombardo che riporta l'indicatore di attrattività più alto è Milano, seguito da Lodi; a seguire le altre città, come nella tabella sottostante (per completezza di seguito riportiamo la classifica degli 11 capoluoghi della Lombardia, con l'eccezione come detto di Monza):

	Capoluogo di provincia	Valore IAL
1°	Milano	111,84
2°	Lodi	111,18
3°	Cremona	109,89
4°	Bergamo	109,21
5°	Mantova	108,25
6°	Como	107,66
7°	Pavia	107,59
8°	Brescia	106,43
9°	Lecco	106,21
10°	Sondrio	105,23
11°	Varese	104,54

STATISTICHE ASSIRM

➤ Il settore nel 2013 e le tendenze del 2014

TIMES & TRENDS

19 Giugno Giovedì 2014

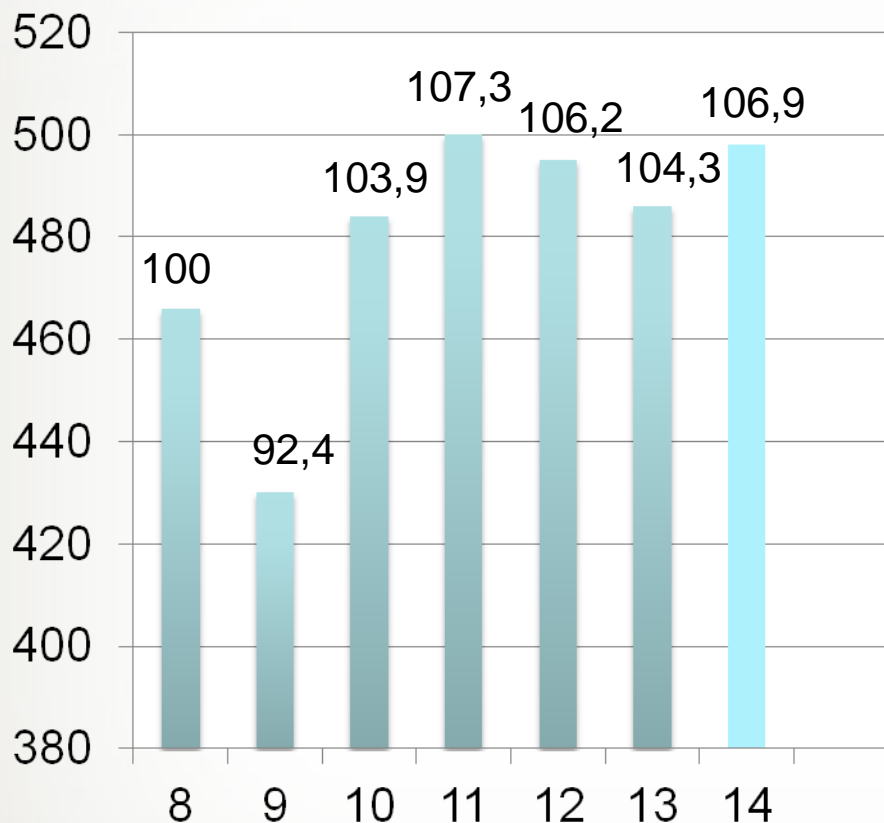
orario:
dalle 14.30
alle 16.00

presso
LA CORDATA
Via San Vittore, 49 - Milano

Assegnazione **PREMIO ASSIRM 2014**

Istituti Associati Assirm

Andamento del volume d'affari dal 2008 al 2014



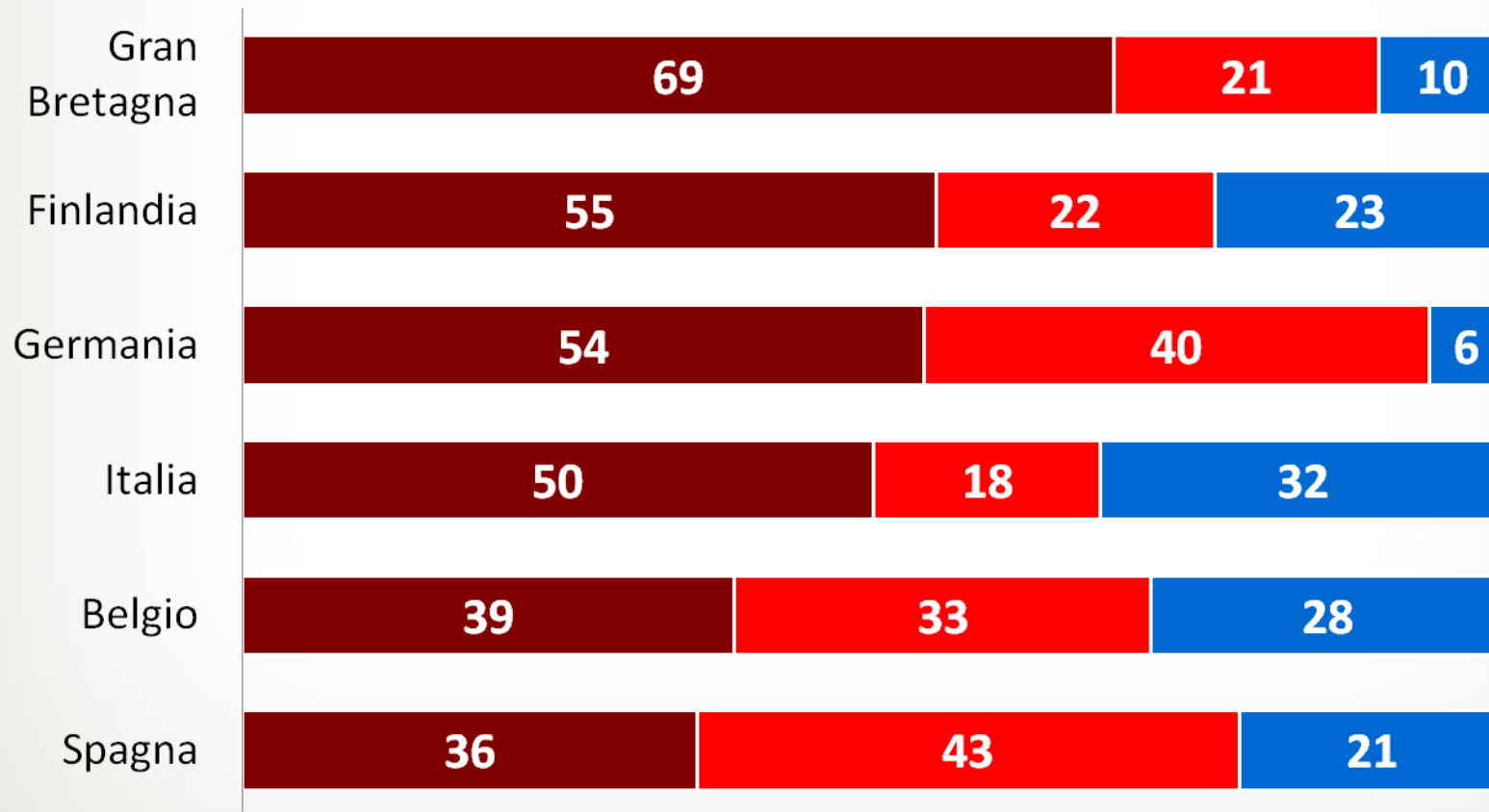
- L'andamento generale degli istituti Assirm ha seguito la crisi del Paese mantenendo, però, dopo il 2009, un livello superiore al fatturato 2008
- Nel 2013 si è registrata una lieve flessione rispetto al 2012. I primi dati del 2014 segnalano degli accenni positivi dell'andamento del mercato delle ricerche.

Fonte: Assirm. Dati basati su 49 Istituti Assirm (Ad Hoc + Panel)
Valori indice 2008 = 100

Andamento del volume d'affari nel 2014 in Italia e in alcuni paesi europei

Facendo riferimento all'anno in corso, ritieni che il fatturato sarà più alto, più basso o uguale a quello del 2013 ?

■ più alto ■ uguale ■ più basso



Confronto metodi di rilevazione quantitativa 2013 – 2012

	Variazione 2013/12 \pm %
Metodo di rilevazione Ricerche quantitative ad hoc	
Telefoniche CATI	-11,8
Personal Paper & Pen	-15,1
Personal CAPI	+2,9
Autocompilato postale	-42,4
On-line (CAWI e altri metodi)	+14,7

Base: 45 Istituti

Istituti Assirm (Panel + Ad Hoc)

Confronto per settori finali 2013 – 2012 (% di composizione)

Settori finali	2012	2013
Beni di consumo, distribuzione, vendita per corrispondenza	29,2	29,6
Beni durevoli e semidurevoli	11,8	10,4
Veicoli	2,5	2,9
Banche, assicurazioni e finanza	7,7	8,2
Servizi alla collettività e alle imprese	8,7	8,1
Pubblica Amministrazione centrale e periferica	6,7	7,1
Farmaceutici, medicali, agricoli, zootecnia	13,6	14,1
Media, libri, dischi, entertainment	5,9	6,8
Informatica, elettronica, TLC, internet	6,6	5,0
Altro settore (include pubblicità)	7,3	7,8
Totale	100	100

Base: 45 Istituti

TIMES & TRENDS



Assegnazione **PREMIO
ASSIRM
2014**

19 Giugno
Giovedì
2014

orario:
dalle 14.30
alle 16.00

presso
LA CORDATA
Via San Vittore, 49 - **Milano**

