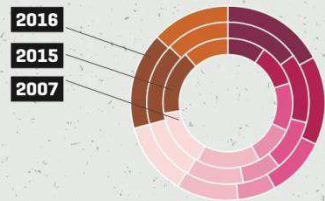


LA GDO ITALIANA SI RICONFIGURA

Cresce la quota di discount e superstore
[ripartizione delle vendite Gdo, 2016]



	2016	2014	2007
Discount	17,3	15,1	9,5
Superstore (2500-4499 mq)	14,7	14,0	10,7
Iper (4500-7999 mq)	10,0	10,1	12,0
Iper (8000 mq e+)	6,6	8,0	9,9
Libero Servizio (200-399 mq)	10,2	11,2	15,9
Super (400-799 mq)	12,1	12,6	14,6
Super (800-1499 mq)	16,1	16,3	16,3
Super (1500-2499 mq)	13,0	12,7	11,2

Fonte: REF Ricerche su dati Istat



Ancora in netta riduzione la numerica dei pdv della Gdo italiana

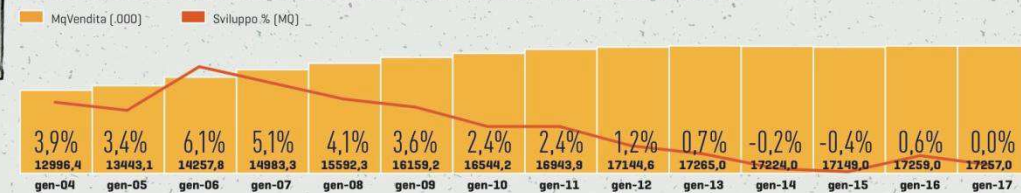
(var. % gennaio 2017 su gennaio 2016)

	(Mq)	(Pdv)
Iper (>4.500mq)	-6,1%	-7,7%
Superstore (2.500-4.500mq)	9,5%	7,0%
Super (400-2.500 mq)	0,2%	-0,4%
Libero Servizio (100-400 mq)	-3,4%	-2,9%
Discount	2,7%	1,5%
Totale complessivo	0,0%	-1,2%

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Ancc-Coop su dati Nielsen GLNC 2017



L'EVOLUZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA DELLA GDO ITALIANA * IPER + SUPER + LIS + DIS



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Ancc-Coop su dati Nielsen GLNC 2017

La produttività della rete cresce solo per superstore e discount

(vendite per mq di area di vendita)



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Ancc-Coop su dati Nielsen GLNC 2017