

Deloitte.

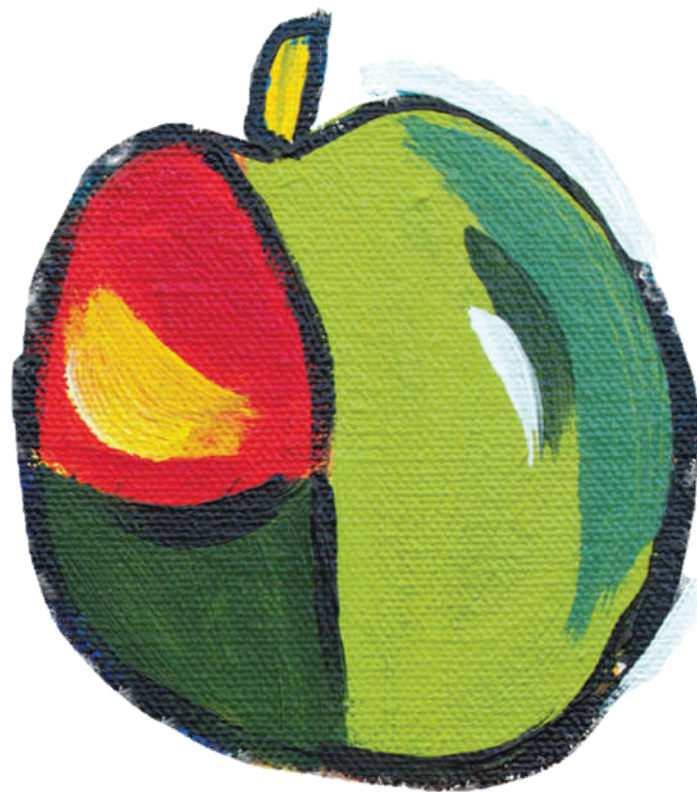
Le tendenze del settore Consumer Products

Parma, 11 aprile 2019

Eugenio Puddu

DCM Consumer Products Deputy Sector Leader

DELOITTE C/O CIBUS CONNECT PAD. 5 I005



La sensibilità di Deloitte per il settore Consumer Products

2019

MIND
MAGAZINE INSPIRATIONAL by DELOITTE
For Food & Consumer Products

Numero 1
1° Trimestre 2019
Inoltre: Central Mediterranean
* In fase di registrazione

La nuova era del settore Consumer Products

<p>Il Consumer Products, un settore a rapida evoluzione con il cliente al centro</p> <p>Pagina 5</p>	<p>Interviste: Pasquale Casillo, Mauro Famin, Ambrogio Invernizzi, Maria Noberracco, Carlo Petrioli, Ettore Prandini</p> <p>Pagina 13</p>	<p>Che cos'è la piattaforma "Agri Food Value Chain"</p> <p>Pagina 23</p>
---	--	---

Deloitte.

2012

Il settore agroalimentare
Un patrimonio made in Italy da consolidare e rinnovare

Luigi Montagnani
Saverio Carfagna
Paolo Giordano
Eugenio Pizzolo
Domenico Zaccaro

Deloitte

2014

Il settore agroalimentare
Fattori strategici, regole d'oro e casi di successo

Paolo Giordano
Eugenio Pizzolo
Luigi Montagnani
Saverio Carfagna
Domenico Zaccaro

Professione di pari di Carlo Pizzolo
CONOSCENZA, CREATIVITÀ E NUOVI CAMMINI

Deloitte

2015

Il settore agroalimentare
Scenari e percorsi di crescita sostenibile

Paolo Giordano
Eugenio Pizzolo
Luigi Montagnani
Saverio Carfagna
Domenico Zaccaro

Professione di pari di Carlo Pizzolo
CONOSCENZA, CREATIVITÀ E NUOVI CAMMINI

Deloitte

2017

Deloitte.

Il settore agroalimentare
Innovazione nei paradigmi

Paolo Giordano
Eugenio Pizzolo

Global Powers of Retailing 2019

Global Powers of Retailing

A gennaio 2019 è stata presentata la 22a edizione del **Global Powers of Retailing**.

La ricerca identifica i 250 top retailer globali sulla base dei dati disponibili al pubblico per l'anno fiscale 2017 e analizza le loro prestazioni in tutte le aree geografiche e di prodotto.

Key findings

- 4530 miliardi \$ di fatturato totale per i 250 top retailer globali, +5,7% rispetto all'anno precedente
- Continua la scalata di Amazon che conferma una crescita a doppia cifra, la maggiore tra le aziende presenti nella Top 10 dei retailer mondiali
- Wal-Mart da oltre 20 anni leader globale e il podio si conferma interamente statunitense con Costco al secondo posto e The Kroger Co. al terzo
- In Top 10 sono tre europee: per l'Europa apre la Top 10 Schwarz Group (Germania), seguito da Aldi Einkauf (Germania) e Tesco PLC (UK)
- L'Europa traina per numero di aziende presenti nella Top 250; i retailer europei (87) rappresentano il 34,8% delle aziende in classifica
- La prima società italiana in classifica è Coop Italia (71° posto), seguono Conad (73°), Esselunga (121°) ed Eurospin (168°)

Top 10 Retailers

The world's **Top 10 retailers contributed 31.6 percent share to the Top 250's total retail revenue** in FY2017, an increase of 0.9 percentage point year-on-year. The top three retailers maintained their positions, while **Amazon jumped up two positions** to No. 4 with the highest retail revenue growth of 25.3 percent.

Top 250 rank	Change in rank	Name of company	Country of origin	FY2017 Retail revenue (US\$M)	FY2017 Retail revenue growth	FY2017 Net profit margin	FY2017 Return on assets	FY2012-2017 Retail revenue CAGR*	# Countries of operation	% Retail revenue from foreign operations
1	↔	Wal-Mart Stores, Inc.	US	500,343	3.0%	2.1%	5.1%	1.3%	29	23.9%
2	↔	Costco Wholesale Corporation	US	129,025	8.7%	2.1%	7.5%	5.4%	12	27.2%
3	↔	The Kroger Co.	US	118,982	3.2%	1.5%	5.1%	4.2%	1	0.0%
4	↑ +2	Amazon.com, Inc.	US	118,573	25.3%	1.7%	2.3%	18.0%	14	36.8%
5	↓ -1	Schwarz Group	Germany	111,766	7.4%	n/a	n/a	7.5%	30	58.9%
6	↑ +1	The Home Depot, Inc.	US	100,904	6.7%	8.6%	19.4%	6.2%	4	8.4%
7	↓ -2	Walgreens Boots Alliance, Inc.	US	99,115	2.1%	3.5%	6.2%	6.7%	10	11.9%
8	↔	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Germany	98,287 ^e	7.7%	n/a	n/a	7.2%	18	65.1%
9	↑ +1	CVS Health Corporation	US	79,398	-2.1%	n/a	n/a	4.5%	3	0.8%
10	↑ +1	Tesco PLC	UK	73,961	2.8%	1.5%	1.9%	-2.4%	8	20.7%
Top 10 ¹				1,430,353	6.1%	2.0%	5.5%	3.7%	12.9 ²	25.1%
Top 250 ¹				4,530,059	5.7%	2.3%	5.0%	3.3%	9.5 ²	23.6%
Top 10 share of Top 250 retail revenue				31.6%						

*Compound annual growth rate

¹ Sales-weighted, currency-adjusted composites

² Average

e = estimate

n/a = not available

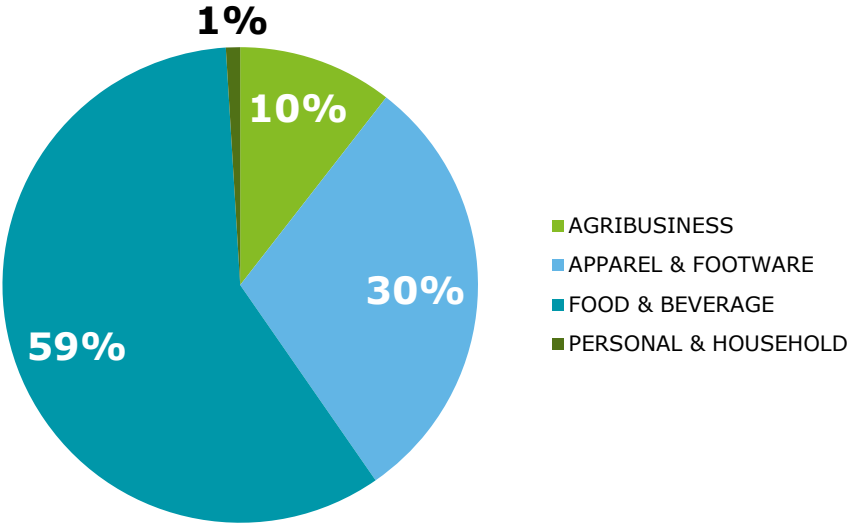
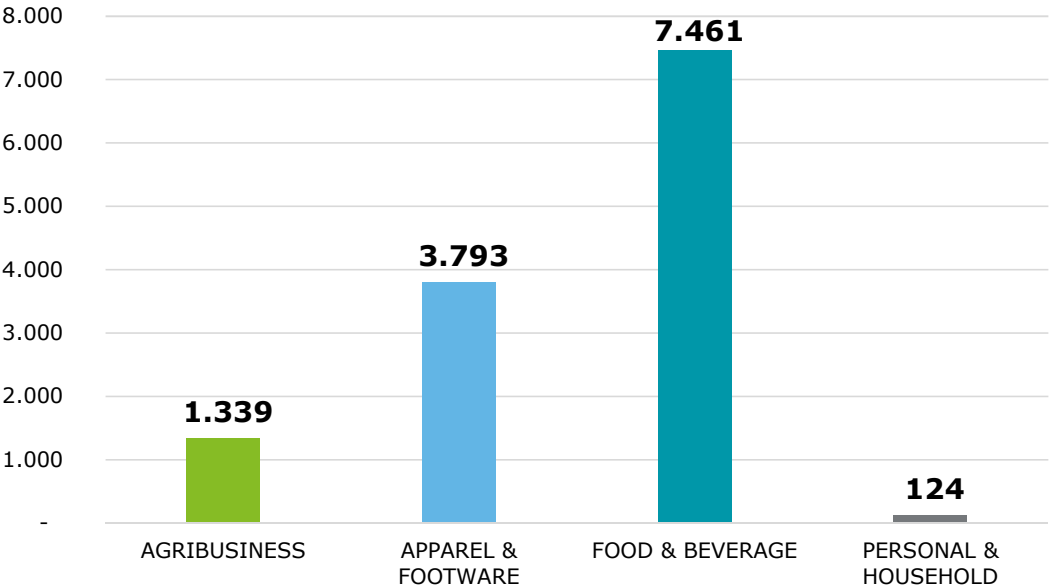
Osservatorio Deloitte Italia dedicato al settore Consumer

L'Osservatorio Deloitte dedicato al settore Consumer Products

Popolazione oggetto di studio

12.717
Aziende

Attive nel settore Consumer Products in Italia, individuate grazie a banche dati internazionali come Orbis – Bureau Van Dick



Composizione del campione di riferimento (12.717 aziende)



1.339

AGRIBUSINESS



3.793

APPAREL & FOOTWARE



7.461

FOOD & BEVERAGE



124

PERSONAL & HOUSEHOLD

Valori 2017



Euro 168 miliardi

Fatturato complessivo 2017



Euro 11 miliardi

EBITDA complessivo 2017



431 migliaia

Dipendenti nel 2017



Euro 152 miliardi

Totale Attivo complessivo nel 2017

Trend 2013-2017



+21%

Crescita del fatturato



+29%

Crescita EBITDA



+27%

Crescita numero addetti



+26%

Crescita Totale Attivo

Composizione del campione di riferimento



229

Aziende di grandi dimensioni



1.070

Aziende di medie dimensioni



6.622

Aziende di piccole dimensioni



4.796

Aziende di micro dimensioni



189.541 dipendenti



95.801 dipendenti



129.340 dipendenti



16.799 dipendenti



Euro 68.842 milioni
fatturato complessivo 2017



Euro 41.929 milioni
fatturato complessivo 2017



Euro 44.541 milioni
fatturato complessivo 2017



Euro 12.730 milioni
fatturato complessivo 2017



Euro 5.729 milioni
EBITDA complessivo 2017



Euro 2.937 milioni
EBITDA complessivo 2017



Euro 2.913 milioni
EBITDA complessivo 2017



Euro 564 milioni
EBITDA complessivo 2017



Euro 67.197 milioni
Totale Attivo complessivo
2017



Euro 35.723 milioni
Totale Attivo complessivo
2017



Euro 37.122 milioni
Totale Attivo complessivo
2017



Euro 12.211 milioni
Totale Attivo complessivo
2017

DEFINIZIONI ADOTTATE AI FINI DELLA RICERCA

Micro: tutte le aziende del campione che registrano un fatturato fino a 2 milioni e un numero di dipendenti sino a 10

Piccole: tutte le aziende del campione che registrano un fatturato fino a 10 milioni di Euro e un numero di dipendenti sino a 50

Medie: tutte le aziende del campione che registrano un fatturato fino a 50 milioni di Euro e un numero di dipendenti sino a 250

Grandi: tutte le aziende del campione che registrano un fatturato superiore a 50 milioni di Euro e un numero di dipendenti oltre 250

Il Consumatore al centro!

Il consumatore al centro!

Deloitte Center for Industry Insights:

- *2018 consumer products industry outlook*
- *Millennials and behind*

Indagine condotta sui consumatori negli Stati Uniti nell'aprile 2018.

L'indagine ha intervistato **3.000 adulti** di età compresa **tra 18 e 70 anni**. La composizione demografica è rappresentativa del consumatore medio americano.



70%

Contenuto e social

Il 70% dei consumatori legge recensioni di prodotti prima di acquistare (Instapage, Rapporto 2018).



40%

Tecnologia disruptive

Il 40% dei marchi utilizza intelligenza artificiale, prezzi su misura e promozioni in tempo reale (Retail Renaissance, Deloitte 2018 Report).



58%

Reddito discrezionale

Il 58% dei consumatori di basso reddito sceglie di acquistare in negozio, contro il 48% di reddito alto (The Great Retail Bifurcation, 2018 Deloitte Report).



51%

Aspettative di convenienza

Il 51% dei consumatori è disposto pagare per la consegna a domicilio o servizi dell'ultimo miglio (Impatto digitale sul percorso dell'acquisto, relazione Deloitte 2018).

Le tendenze

I 4 profili dei consumatori

Aspirationalists

- 1 Più probabile che sia uomo
- 2 adulti della generazione Z e millennial
- 3 impiegati con redditi bassi; il 30% vive con i genitori
- 4 la percentuale più alta di single

Responsible Go-Getters

- 1 uomo - donna
- 2 Millennials e Generation X
- 3 Reddito superiore alla media
- 4 sposato

Pragmatists

- 1 uomo o donna
- 2 generazione X e baby boomer
- 3 Distribuzione del reddito pari
- 4 sposato

Discerning Achievers

- 1 Più probabile che sia donna
- 2 generazione X e baby boomer
- 3 reddito più alto
- 4 sposato

Per memoria:

Generazione adulti Z: da 18 a 22 anni

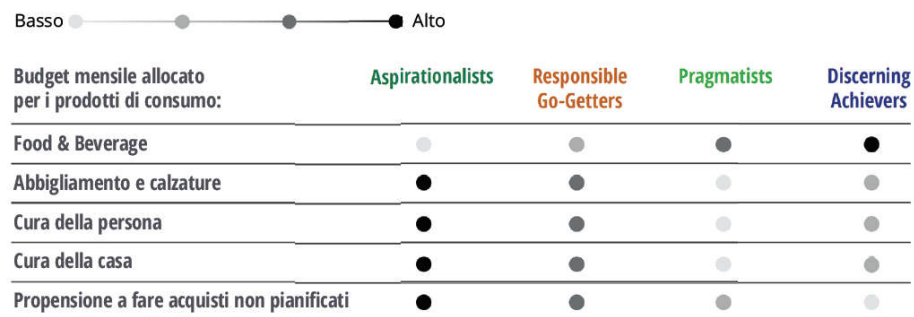
Millennial: da 23 a 40 anni

Generazione X: da 41 a 52 anni

Baby Boomer: da 53 a 70 anni

Le tendenze

Comportamento d'acquisto per i prodotti di consumo



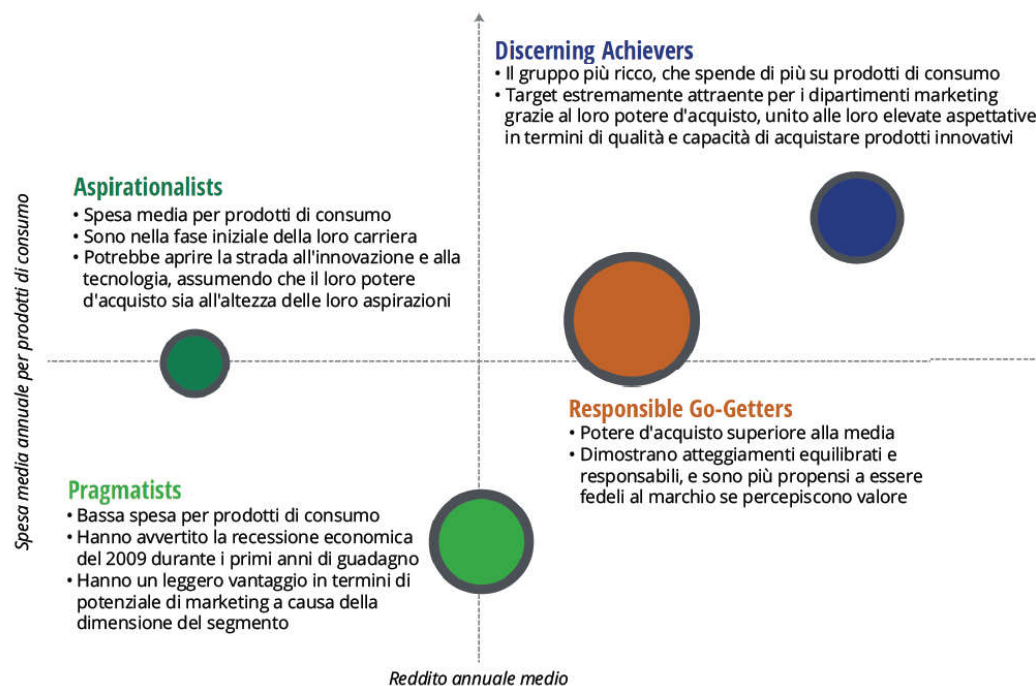
Cosa cercano:

- Health & wellness
- Personalized products
- Online product recommendations
- Timely service and products

I **Responsible Go-Getters** rappresentano il segmento più prezioso per le aziende di prodotti di consumo. I **Discerning Achievers** sono il gruppo più ricco, spendendo di più sui prodotti di consumo

Putting it together: potenziale di acquisto per segmento di consumatori

Le bubbles mostrano la dimensione del segmento come percentuale della popolazione totale



Deloitte.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

© [Year] [Legal entity name].