rapporto Univideo 2016

sullo stato dell'*home entertainment* in Italia

UNIVIDEO
EDITORIA AUDIOVISIVA MEDIA DIGITALI E ONLINE
Confindustria Cultura Italia
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

GfK

il presente lavoro è stato elaborato da **GfK Italia con la collaborazione di Univideo** utilizzando le informazioni disponibili al 15 Marzo 2016

Si ringraziano i componenti della Commissione Statistica di Univideo per l'importante supporto nella raccolta e validazione dei risultati

GfK Italia
Via Tortona,33 20144 Milano
tel. +39 02 8705.1000 fax+39 02 8705.1000
www.gfkitaly@gfk.com

Univideo
Corso Buenos Aires, 43, 20124 Milano
tel. 02 89 011 980, fax 02 86 99 60 69
univideo@univideo.org
www.univideo.org

Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

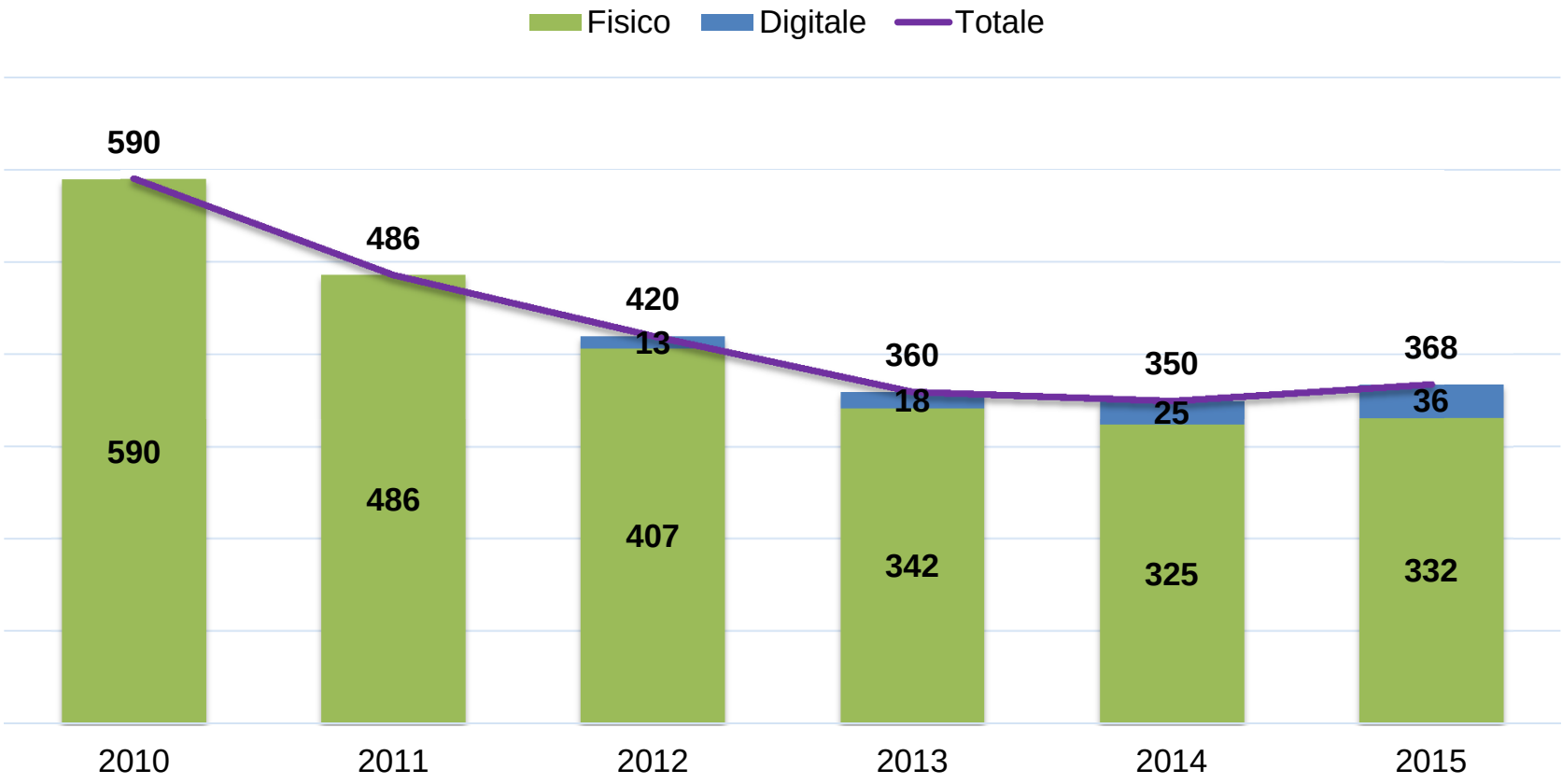
2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3 | Appendice statistica pag.28

4 | Glossario pag.33

Rapporto Unividéo 2016 | Executive Summary

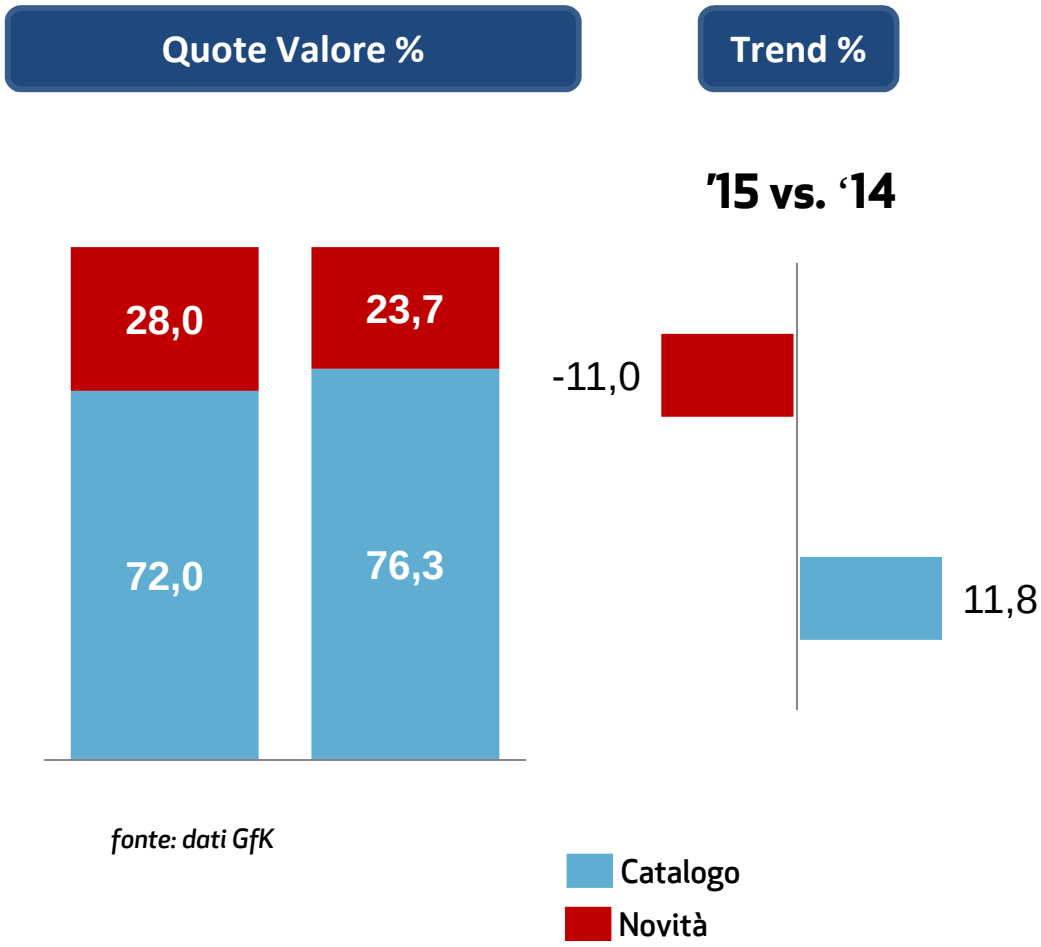
- ✓ Il comparto Home Video nel 2015 sviluppa un giro d'affari di **368 milioni di euro**, di cui 332 sviluppati dal supporto fisico e 36 dal digitale, entrambi in crescita rispetto al 2014 e con un valore complessivo che supera anche quello del 2013.
- ✓ Il Fisico torna a crescere (+2,2%) e il digitale si conferma in forte ascesa con una crescita del +42% rispetto al 2014 trainata principalmente dal noleggio che rappresenta più del 60% del fatturato totale.



** il dato riguarda esclusivamente VOD e EST transactional*

Rapporto Unividéo 2016 | Executive Summary

- ✓ Uno dei driver di crescita del prodotto fisico è il **catalogo** che**,** con un fatturato di **172 milioni di euro**, segna una **crescita dell'11,8%** rispetto al 2014. Il mercato cresce nonostante le novità siano in calo del -11,0%.
- ✓ **Il formato Blu-ray** è un altro fattore positivo del mercato; arriva a rappresentare il **24,8%** del fatturato della vendita con una **crescita del 20,8%** rispetto al 2014.
- ✓ **I negozi specializzati nella Tecnologia di Consumo costituiscono il canale principale di vendita** sia per i DVD che, soprattutto, per i Blu-ray e vedono aumentare il proprio peso insieme al canale E-Commerce. L'unica flessione si registra nel canale **GDO.**
- ✓ I Film si confermano il genere più acquistato con un peso del 58,4% in valore. L'Animazione segue con il 21,6%, mentre le **serie TV registrano la crescita più sostenuta rispetto al 2014 (+12,9% in valore e +19,9% in volume).**



fonte: dati GfK

Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

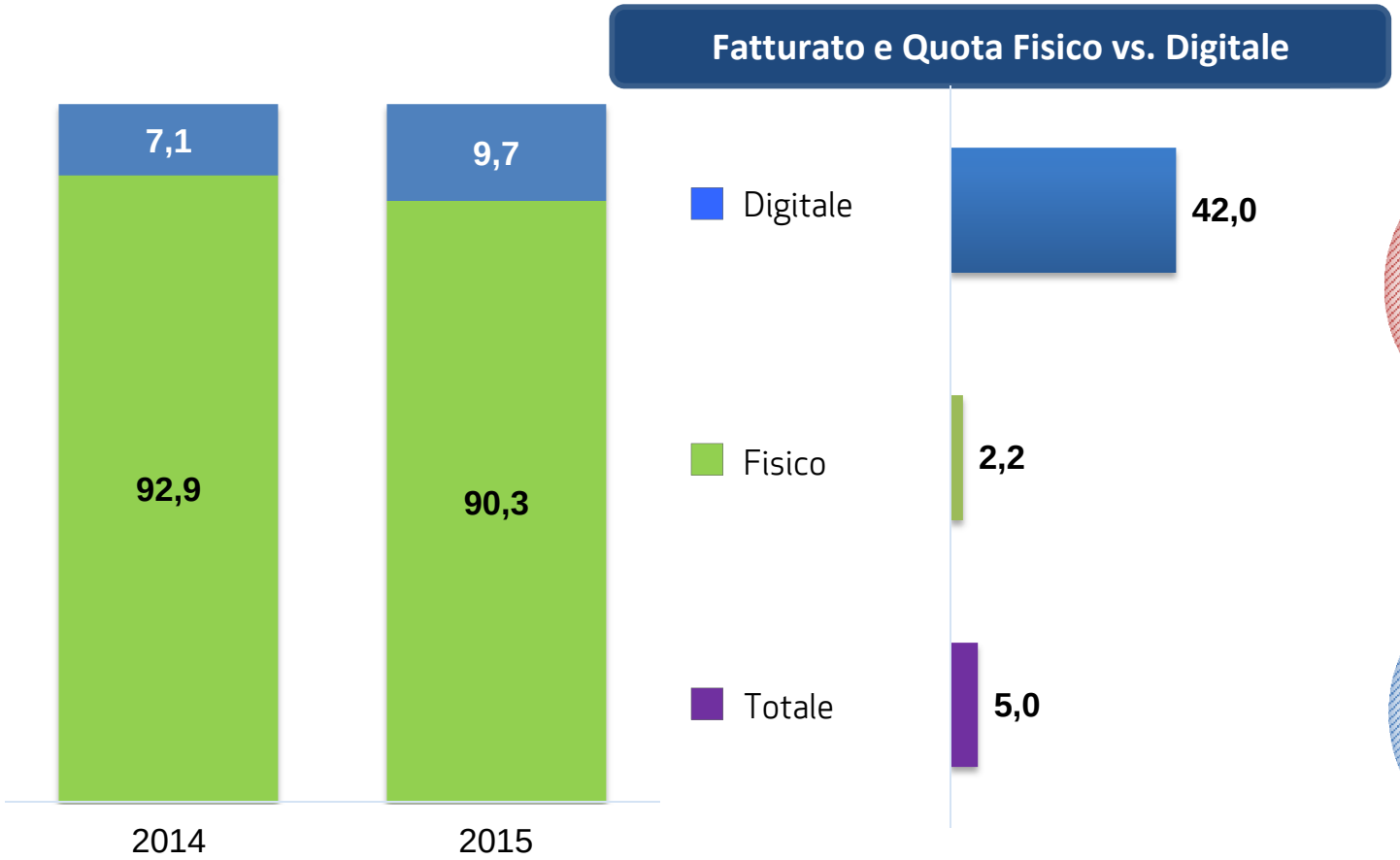
2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

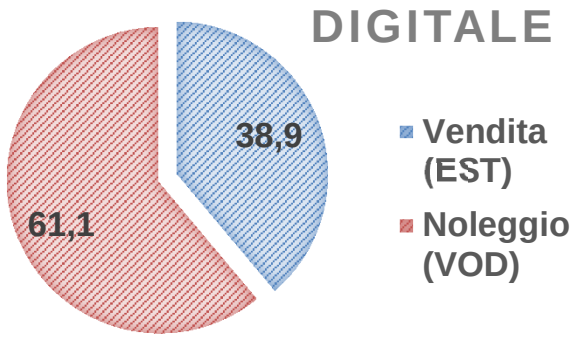
3 | Appendice statistica pag.28

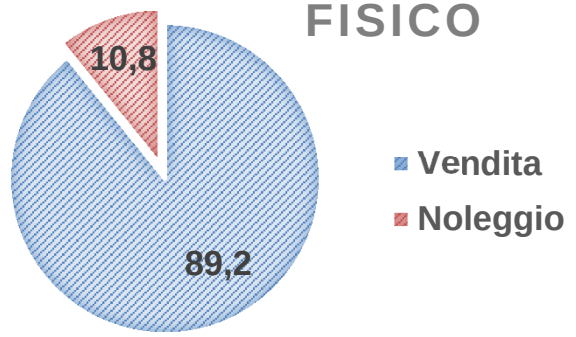
4 | Glossario pag.33

Home video | Fisico vs Digitale

- ✓ Il Fisico torna a registrare un trend positivo (+2,2% in valore) mentre il digitale si conferma in forte ascesa con una crescita del +42% rispetto al 2014, arrivando a pesare il 9,7% del valore totale.
- ✓ La crescita del fatturato generato dal segmento digitale è trainata principalmente dal noleggio che rappresenta più del 60% del fatturato totale. Viceversa, nel fisico è la vendita a rappresentare la parte preponderante del fatturato (89,2%).







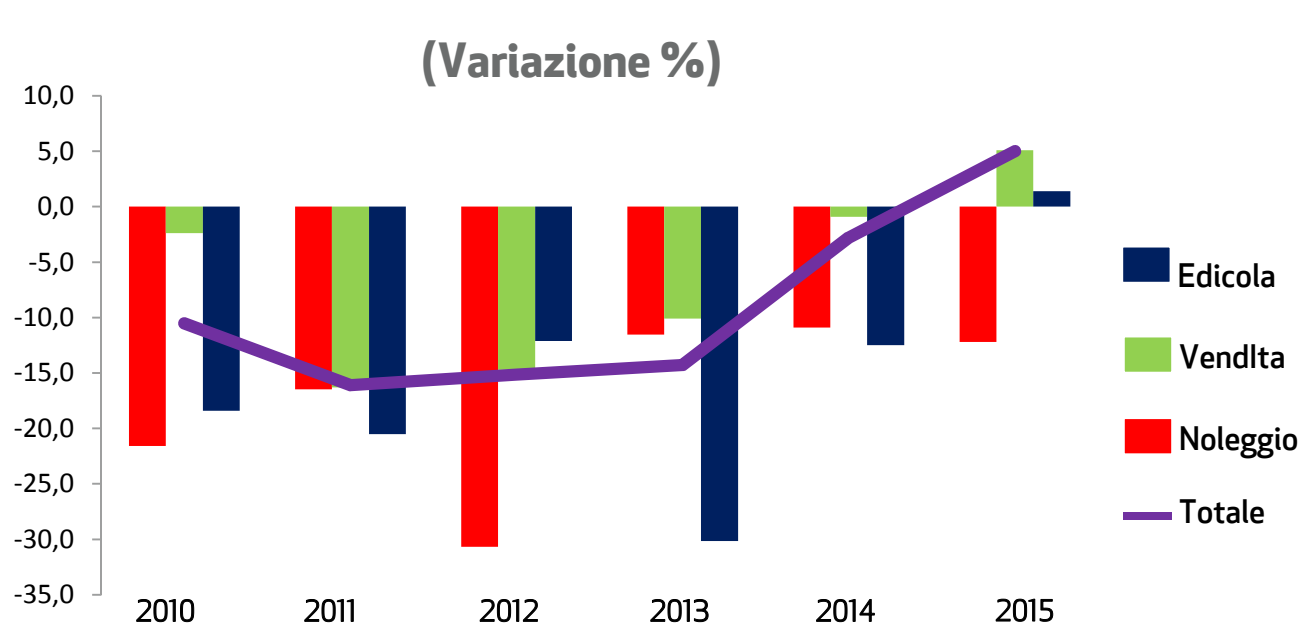
** il dato riguarda esclusivamente VOD e EST transactional*

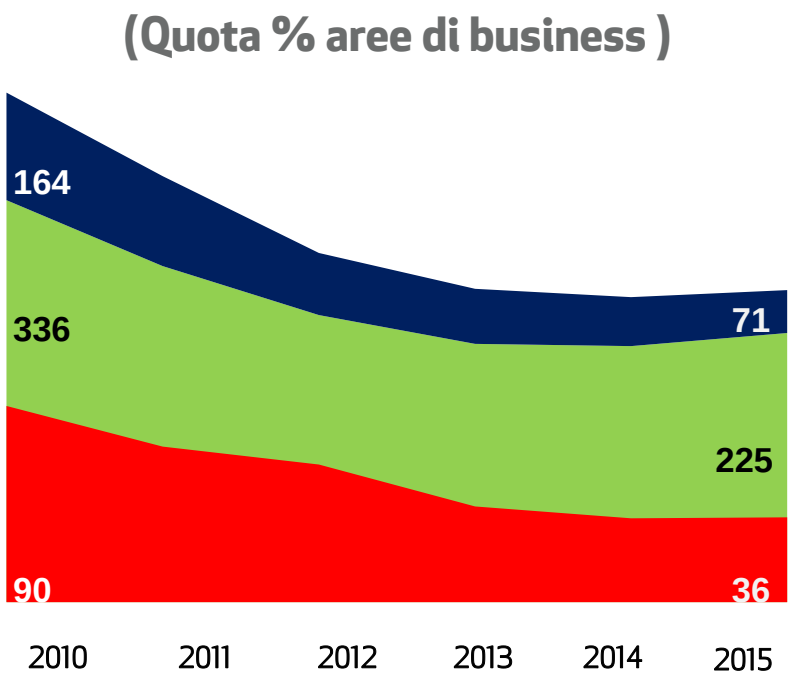
fonte: dati GfK e elaborazioni GfK su dati Pressdi/Mdis

Home video | Le aree di business del mercato Fisico

- ✓ Il giro d'affari totale del comparto Home Video è composto dalla somma dei dati della vendita nei canali tradizionali, dell'edicola e del noleggio ed è pari a 332 milioni di euro, in crescita del +2,2% rispetto all'anno precedente.
- ✓ Nel 2015 le vendite in valore di supporti video nei canali tradizionali risultano in crescita (+5,1%). Anche l'edicola torna in positivo (+1,4%), mentre continua la flessione del noleggio (-12,2%).
- ✓ Il peso della vendita nel 2015 arriva a rappresentare l'89,2% del totale fatturato Home Video Fisico (vendita nei canali tradizionali 67,8% e vendita in edicola 21,4%). Rispetto al 2010 si registra una flessione del peso del noleggio (-4,5 punti percentuali) che nel 2015 arriva a rappresentare il 10,8% in fatturato.

Fatturato Home Video per aree di business





** il dato riguarda esclusivamente VOD e EST transactional*

fonte: dati GfK e elaborazioni GfK su dati Pressdi/Mdis

Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ **La vendita (esclusa l'edicola) pag.9**

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

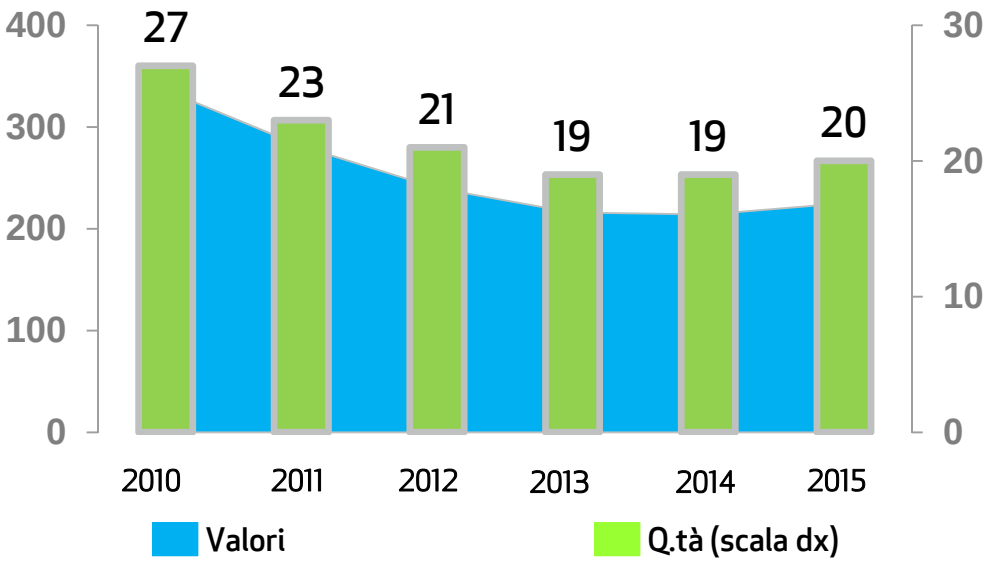
2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3 | Appendice statistica pag.28

4 | Glossario pag.33

Vendita (esclusa edicola) | Le vendite per formato

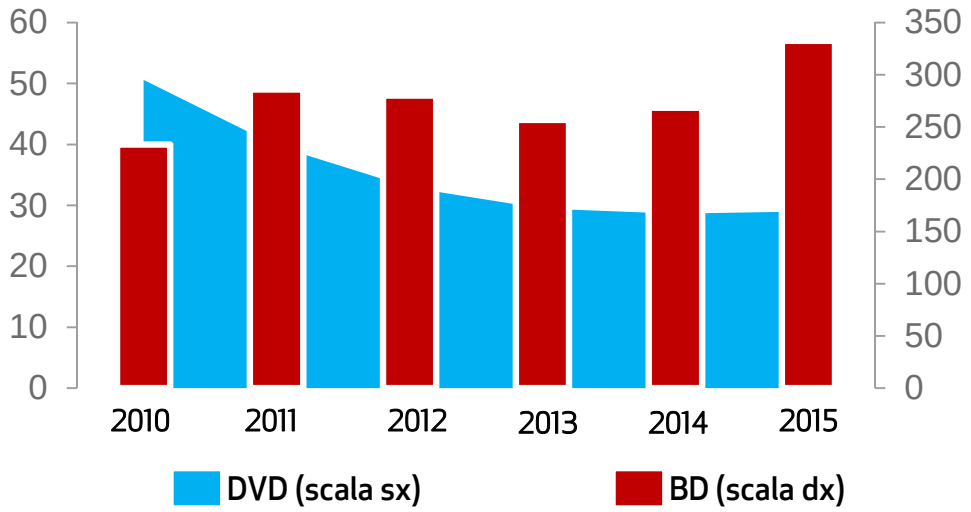
Vendita (esclusa l'edicola) di prodotti Home Video
(milioni di € e milioni di pezzi)



- ✓ Nel 2015, il fatturato sviluppato dalla vendita di supporti audiovisivi (DVD e Blu-ray) è pari a **225 milioni di euro (+5,1%) per un totale di 20 milioni di pezzi (+4,2%).**
- ✓ **Il DVD** torna a crescere nel 2015 **(+1,2%** in valore). Con un giro d'affari pari a **169 milioni di euro,** rappresenta il core business del mercato generando **il 75,2%** del valore totale**.**

- ✓ Anche il **Blu-ray** è in crescita nel 2015 sia in volume (per un totale di 3,8 milioni di unità vendute e una tendenza del **+21,2%**) sia in valore (+20,8% rispetto al 2014), sviluppando un giro d'affari pari a **56 milioni di euro** e arrivando a rappresentare il 24,8% del valore delle vendite.

DVD e Blu-ray: fatturato vendita (esclusa l'edicola)
(milioni di €)

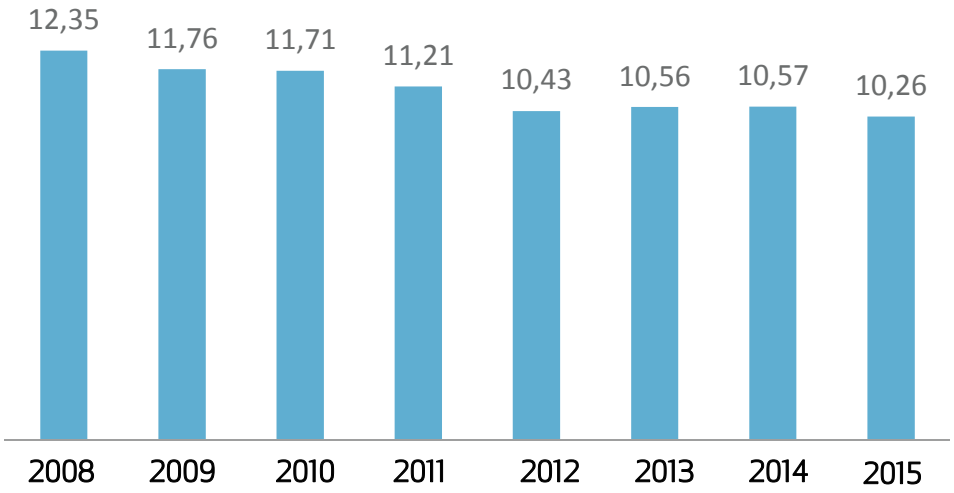


fonte: GfK *Italia*

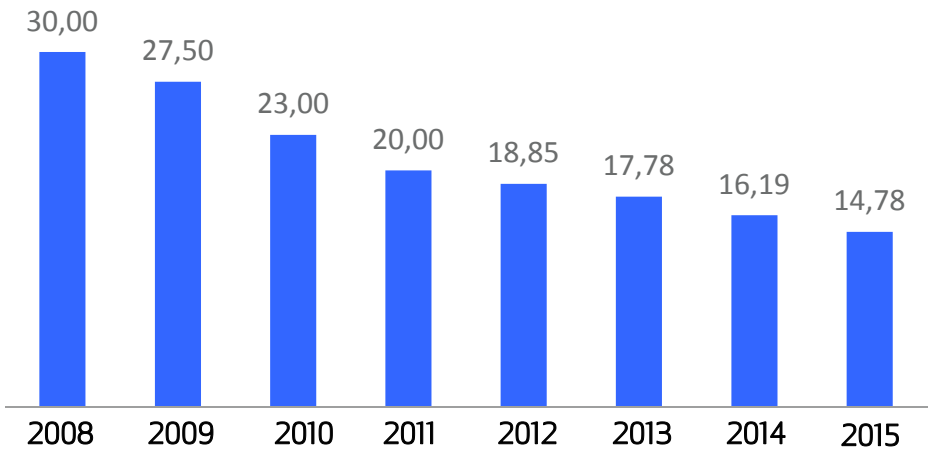
Vendita (esclusa edicola) | L'evoluzione dei prezzi per formato

- ✓ Nel 2015, il formato Blu-ray beneficia di una riduzione del prezzo medio di vendita pari al 8,7%, mentre il DVD si mantiene su livelli analoghi al 2014.
- ✓ Il gap di prezzo tra i due formati si riduce notevolmente, passando dai 17,65€ del 2008 ai 4,52€ del 2015. Questa dinamica, particolarmente evidente negli ultimi 3 anni, ha permesso al Blu-ray di incrementare sensibilmente il proprio peso sulle vendite totali.

Prezzi medi di vendita DVD in €

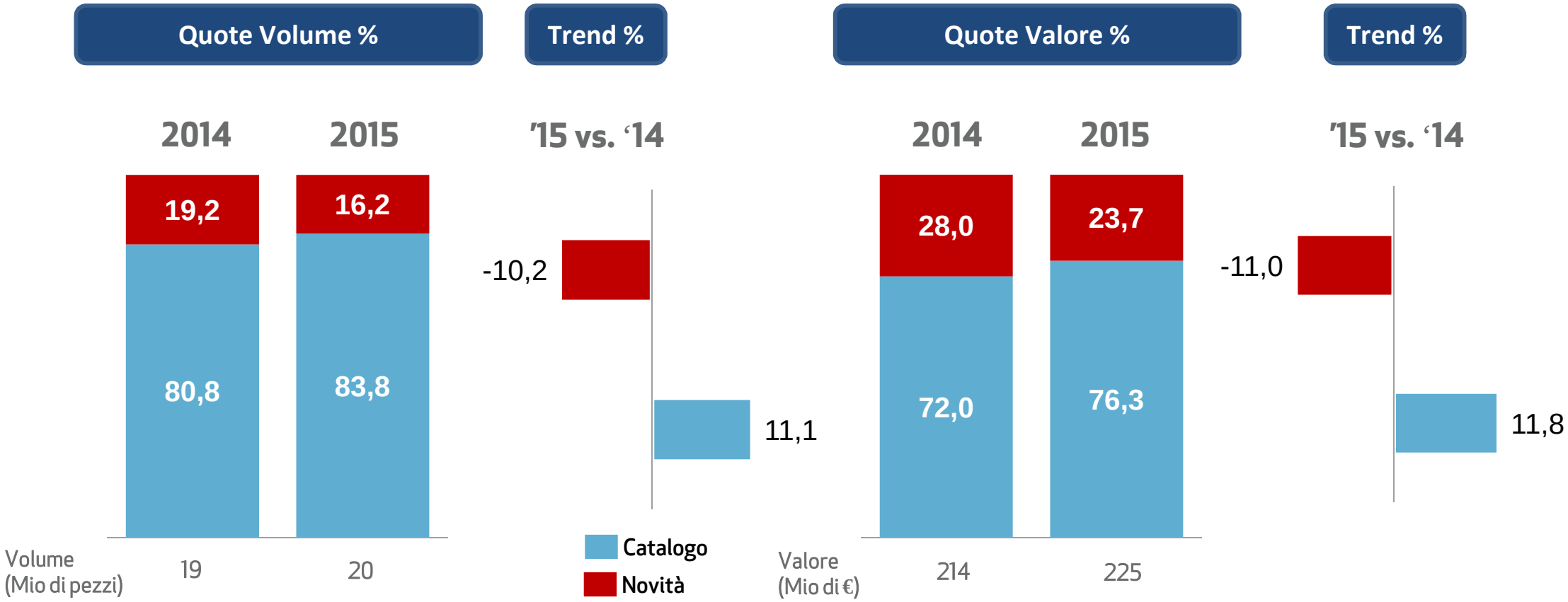


Prezzi medi di vendita Blu-ray in €



Vendita (esclusa edicola) | Il Catalogo guida la crescita

- ✓ All'interno del comparto Home Video, il catalogo rappresenta l'83,8% in volume con circa 17 milioni di pezzi venduti nel 2015, mentre le novità pesano il 10,2% con 3,2 milioni di pezzi venduti.
- ✓ Sono i **prodotti di catalogo a trainare il mercato** con un fatturato di 172 milioni di euro, **in crescita rispetto al 2014** (+11,1 in volume e +11,8 in valore), arrivando a rappresentare il 76,3% del fatturato complessivo.
- ✓ Al contrario, nel 2015 **le novità hanno sviluppato un giro d'affari pari a 53 milioni** di euro con una **flessione del -10,2% in volume e del -11,0% in valore** rispetto al 2014 che ne ha ridotto l'incidenza a favore del catalogo.



GfK - Univideo

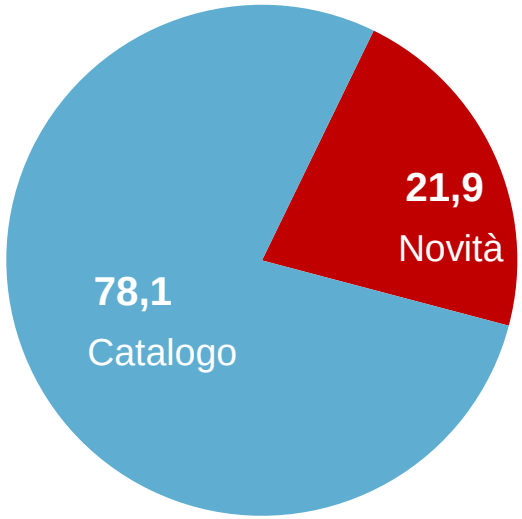
fonte: GfK *Italia*

Vendita (esclusa edicola) | I driver di crescita del DVD

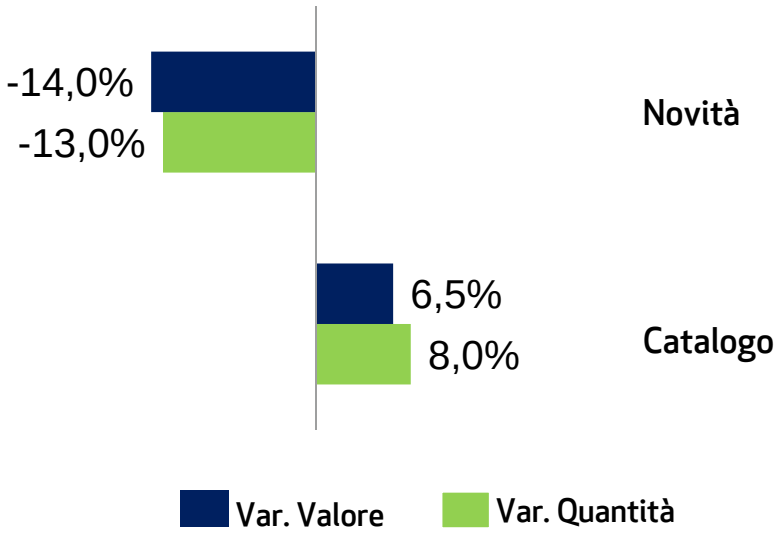
- ✓ Relativamente al formato DVD, che rappresenta il 75,2% della vendita di Home Video, i **titoli a catalogo** incidono per il 78,1% e sono in crescita sia in volume (+8,0%) che in valore (+6,5%). Il mercato Home Video nel 2015 beneficia di una ripresa generale e non legata esclusivamente a pochi titoli di successo.
- ✓ **Le novità**, che rappresentano il 21,9% del fatturato DVD, risultano in flessione rispetto al 2014 (-13% in volume e -14% in valore).

Vendite DVD di titoli nuovi e catalogo nel 2015

Quote % in Valore - DVD



Var % in quantità e valore - DVD



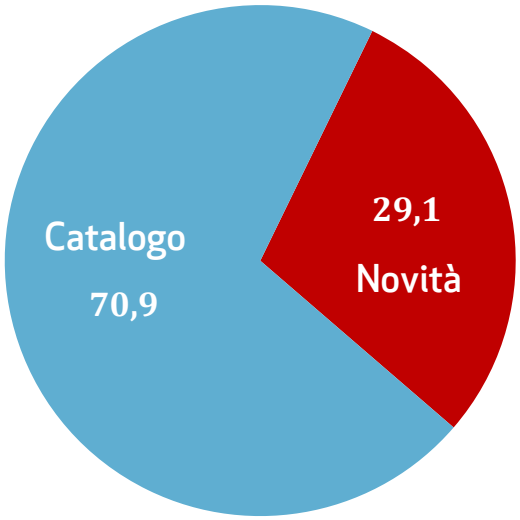
fonte: GfK *Italia*

Vendita (esclusa edicola) | I driver di crescita del Blu-ray

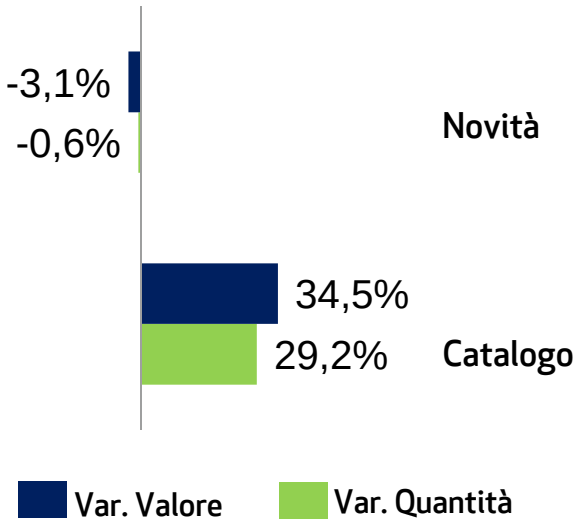
- ✓ **Il catalogo** si conferma come uno dei principali driver di crescita anche per il Blu-ray, registrando una crescita del **+29,2% in volume** e del +**34,5% in valore**.
- ✓ Le **novità** in Blu-ray, in leggera flessione rispetto al 2014 **(-0,6% in volume e -3,1% in valore**), incidono per il **29,1% sul valore totale** generato dal formato.

Vendite Blu-ray di titoli nuovi e catalogo nel 2015

Quote % in Valore – Blu-ray



Var % in quantità e valore – Blu-ray



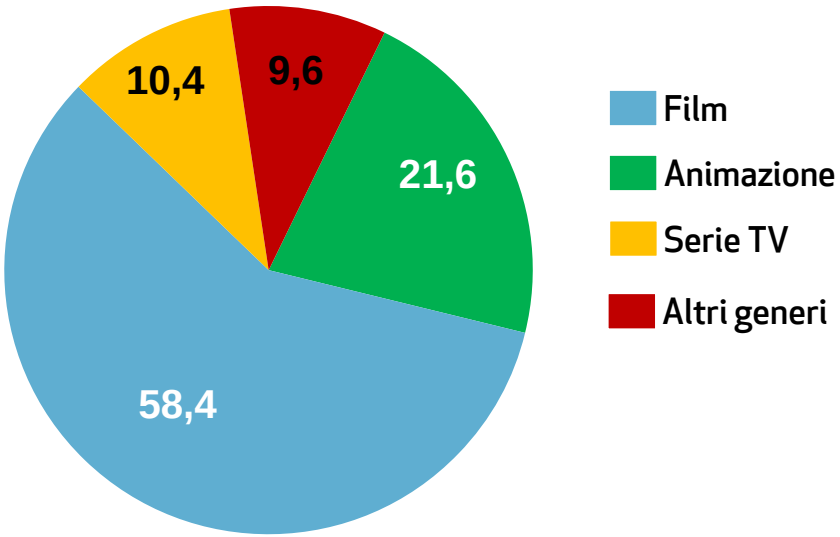
fonte: GfK *Italia*

Vendita (esclusa edicola) | L'andamento per genere

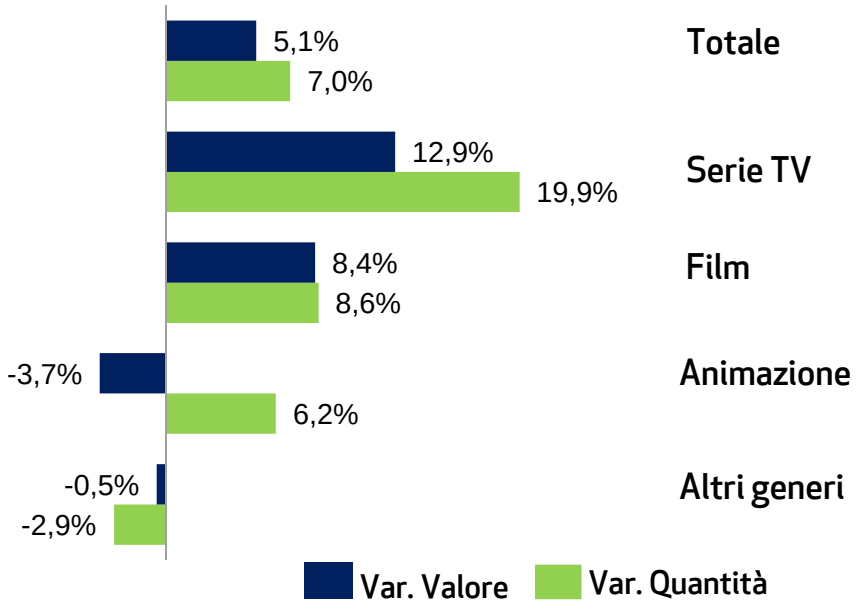
- ✓ I **Film, che nel 2015 arrivano a pesare il 58,4% del fatturato totale della vendita Home Video**, confermano trend positivi sia in volume (+8,6%) che in valore (+8,4%) rispetto al 2014.
- ✓ Il secondo genere per importanza è rappresentato dall'**Animazione** (21,6% in valore) che registra una **crescita in volume (+6,2%) ma una contrazione in valore (-3,7%),** con un **prezzo medio** pari a 10€**, in calo** del -8% rispetto al prezzo medio registrato nel 2014.
- ✓ Le **Serie TV** confermano il trend positivo degli ultimi anni, registrando la crescita più importante del 2015, con un **+19,9% in volume** e un **+12,9% in valore** e arrivando a rappresentare il 10,4% del fatturato totale.

Vendite Home Video per genere nel 2015
(promo incluse)

Quote % in Valore



Var % in quantità e valore



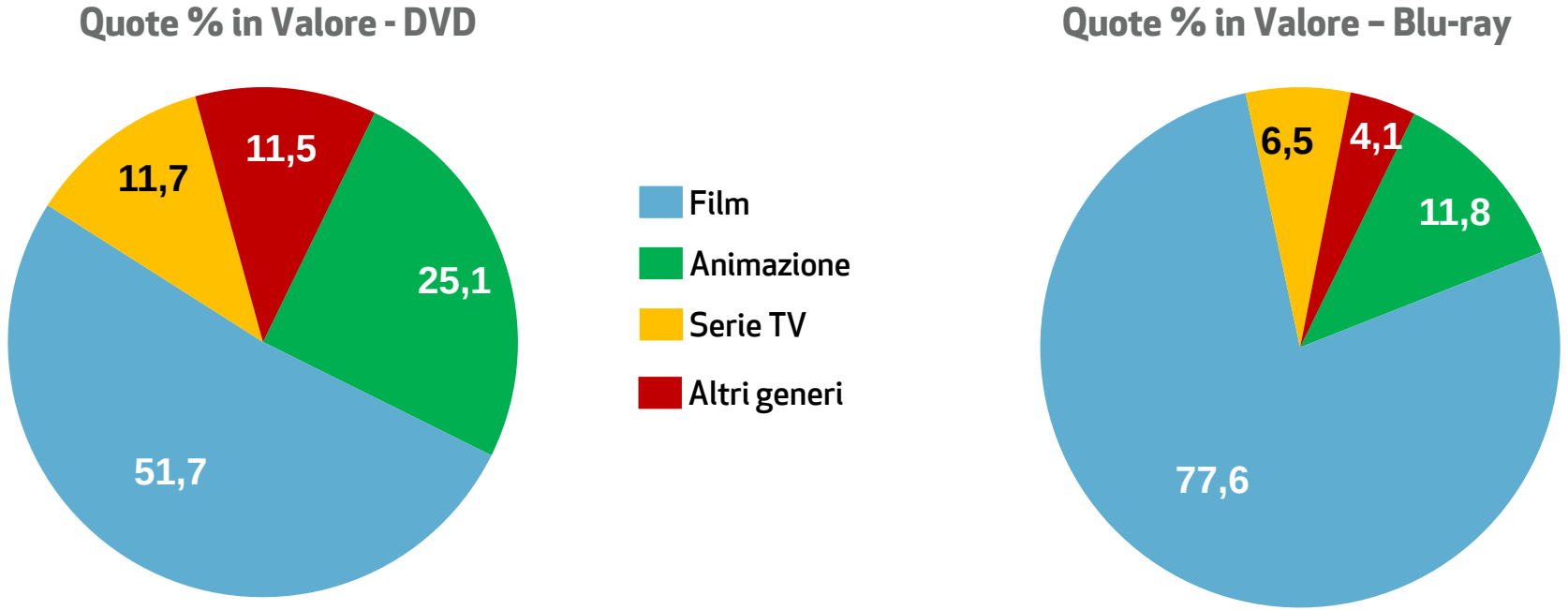
GfK - Univideo

fonte: GfK *Italia*

Vendita (esclusa edicola) | Le preferenze di genere per supporto

- ✓ Analizzando le preferenze di genere per formato, si nota come **per il formato Blu-ray l'incidenza dei Film raggiunge il 77,6%** del fatturato totale.
- ✓ Per quanto concerne il DVD, invece, gli altri generi e, in particolare, l'animazione hanno una maggiore incidenza rispetto al Blu-ray. **I Film si confermano, comunque, il genere più venduto nel DVD (51,7%).**
- ✓ I DVD si caratterizzano per una **maggiore ampiezza** d'offerta rispetto al Blu-ray. Nel 2015 le referenze vendenti **in DVD sono pari a 33.140** contro le **5.840 del Blu-ray**. Il divario è particolarmente evidente sui generi diversi dal Film, che arrivano a pesare il 42% delle referenze in DVD e solo il 30% nel Blu-ray.

Vendite DVD e Blu-ray per genere nel 2015 (promo incluse)

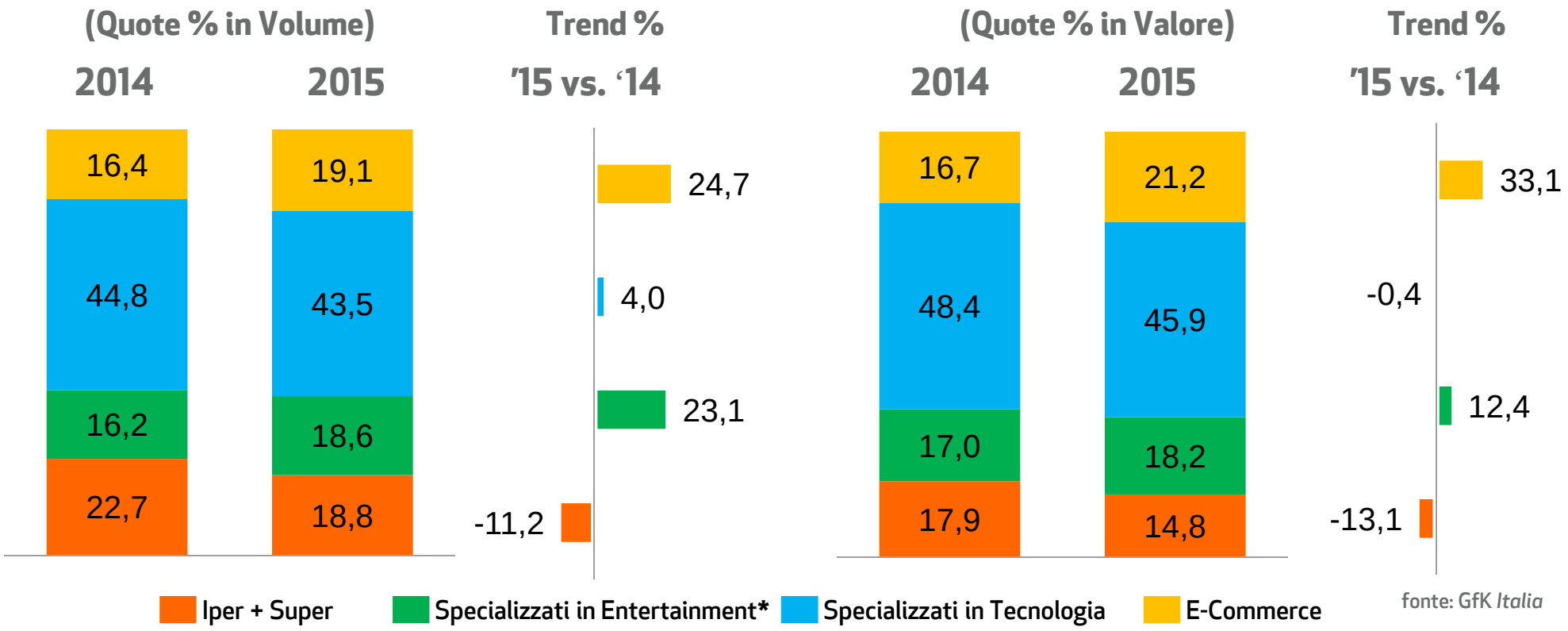


fonte: GfK *Italia*

Vendita (esclusa edicola) | L' assetto distributivo del mercato

- ✓ **I negozi specializzati in Tecnologia di consumo continuano a rappresentare il principale canale di vendita Home Video,** arrivando a pesare il 43,5 % in volume e il 45,9% in valore.
- ✓ **In crescita il canale E-Commerce** che prosegue la tendenza positiva registrata nel 2014 ed incrementa il proprio peso sia in volume (da 16,4% a 19,1%) sia in valore (da 16,7% a 21,2%).
- ✓ L'unico canale in sofferenza è la **GDO**, che registra una flessione del -11,2% in volume e del -13,1% in valore.

Vendite Home Video per canale distributivo nel 2015



fonte: GfK *Italia*

*Dal 2015 sono incluse anche le librerie appartenenti a catene e/o franchising che trattano il prodotto Home Video.

Vendita (esclusa edicola) | La distribuzione dei formati

- ✓ I negozi specializzati in Tecnologia di Consumo rappresentano il principale canale di vendita Home Video sia per il DVD che per il Blu-ray, arrivando a rappresentare in valore il 41% nel DVD ed il 59,8% nel Blu-ray.
- ✓ Il canale E-Commerce si conferma il secondo canale per importanza nella vendita di Blu-ray generando quasi il 30% del fatturato totale della categoria. Il peso in valore del canale E-commerce cresce anche sul formato DVD passando dal 16,1% del 2014 al 18,7% del 2015.
- ✓ La Grande Distribuzione Organizzata, che fino al 2014 rappresentava il secondo canale distributivo nella vendita di DVD, perde punti nei confronti degli specializzati entertainment, passando dal 21,7% di quota nel 2014 al 18,5%.
- ✓ I negozi Specializzati in Entertainment conquistano terreno per quanto concerne la vendita di DVD ma perdono quota sul Blu-ray.

Vendite DVD e Blu-ray per canale distributivo nel 2015

fonte: GfK *Italia*

La classifica dei 20 titoli più venduti nel 2015 (in volume)

1. Frozen – Il regno di ghiaccio

2. Lo Hobbit – La battaglia delle cinque armate

3. Big Hero 6

4. Cinquanta sfumature di grigio

5. Avengers- Age of Ultron

6. Interstellar

7. Harry Potter e i Doni della Morte – parte 2

8. Minions

9. Fast & Furious 7

10. American Sniper

Indice

Executive Summary pag. 3

1| Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ **L'edicola pag.20**

✓ Il noleggio pag.22

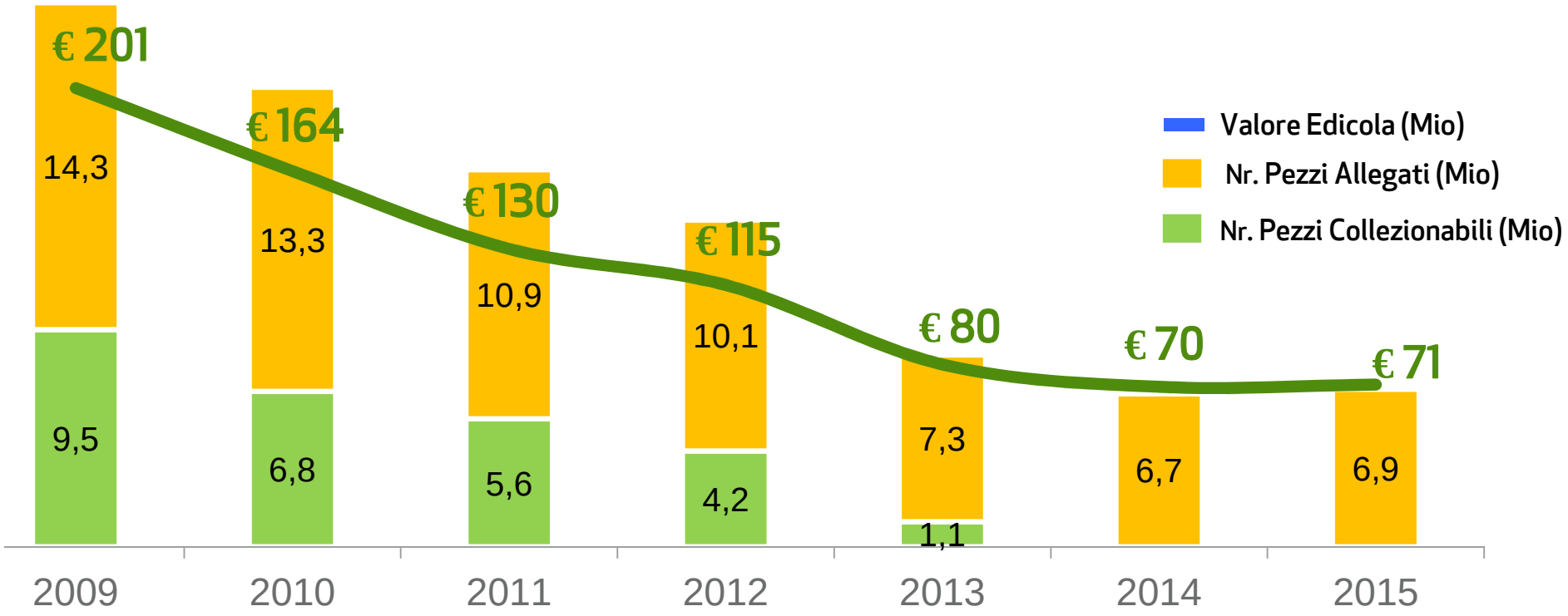
2| Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3| Appendice statistica pag.28

4| Glossario pag.33

Edicola | Le vendite tornano a crescere

- ✓ Dopo anni di contrazione, nel 2015 il giro d'affari dell'edicola si attesta su un valore di 71 milioni di euro, con una leggera crescita rispetto al 2014.
- ✓ In volume il canale Edicola movimenta 6,9 milioni di pezzi, in crescita del +3% rispetto al 2014.
- ✓ Esauritosi il segmento dei collezionabili, nel 2015 tornano a registrare **trend positivi gli allegati** a quotidiani e a periodici (+3% in volume rispetto al 2014).



fonte: dati GfK e elaborazioni GfK su dati Pressdi/Mdis

Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

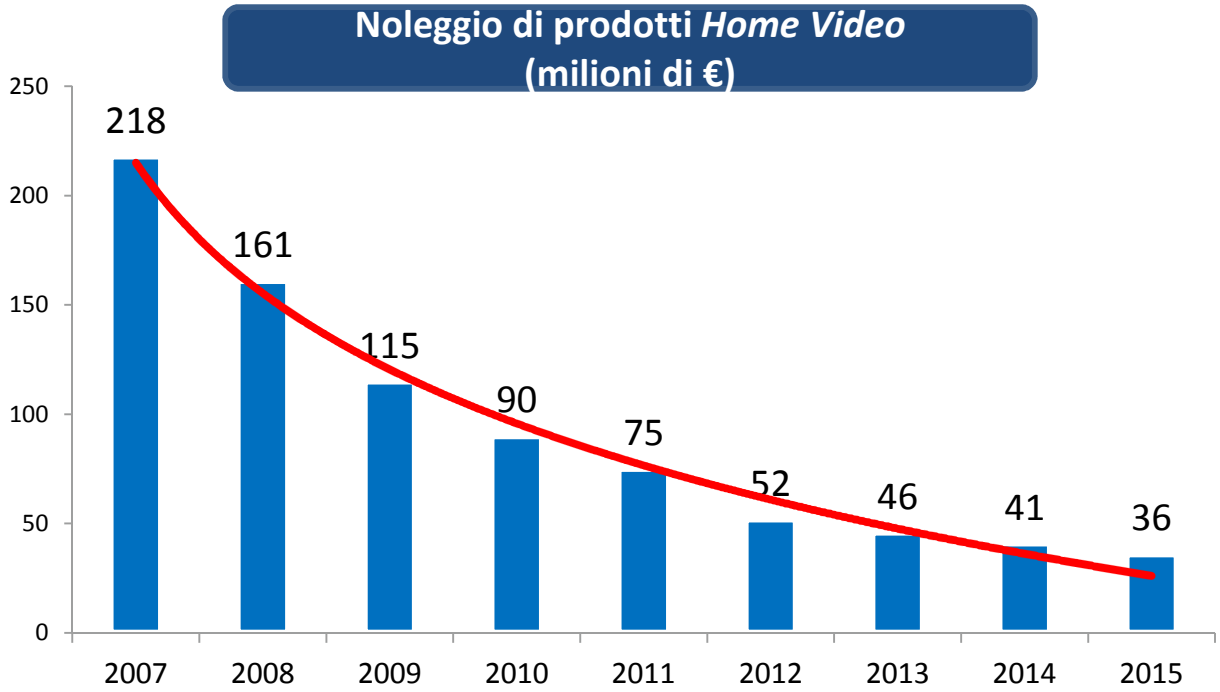
✓ **Il noleggio pag.22**

2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3 | Appendice statistica pag.28

4 | Glossario pag.33

Noleggio | Una mercato di nicchia



- ✓ Nel 2015 il noleggio sviluppa un fatturato pari a 36 milioni di euro e registra una flessione in valore pari al -12,2%.
- ✓ Il peso del noleggio fisico sull'intero comparto Home Video nel 2015 si attesta sul 10% e conferma l'esistenza di un pubblico che predilige ancora questa forma di fruizione, nonostante l'affermarsi di modelli di fruizione alternativi in digitale.

note: la stima è effettuata sulla base dell'andamento del sell-in dei prodotti destinati al noleggio e delle informazioni fornite dai principali operatori commerciali del settore. Il dato non tiene conto della pratica illegale del noleggio di prodotti destinati alla sola vendita o di copie illecite

fonte: elaborazioni GfK su dati Univideo

Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

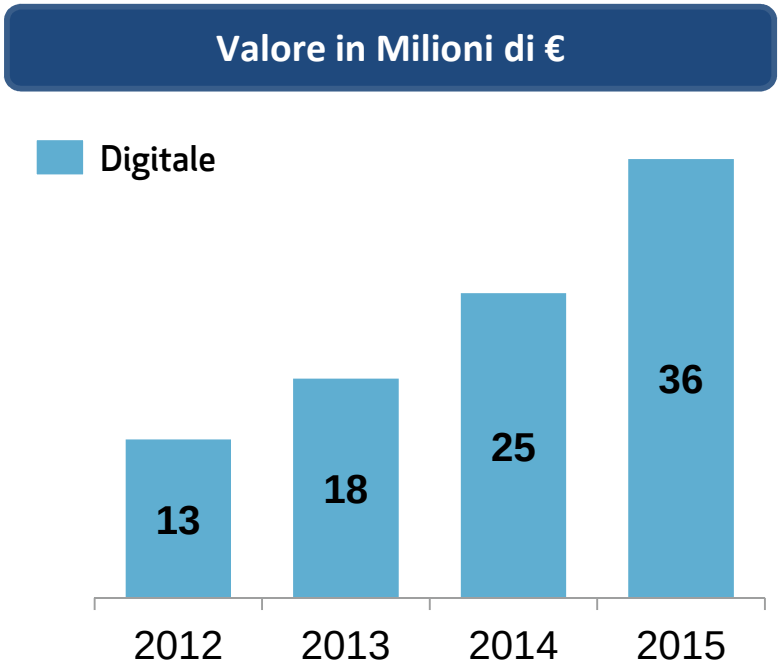
2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3 | Appendice statistica pag.28

4 | Glossario pag.33

Digitale | Lo sviluppo del digitale

- ✓ **Nel 2015 si stima un giro d'affari del transactional VOD e del EST di circa 36 milioni di euro,** contro i 25 milioni di euro del 2014 (+42%) ed i 18 milioni del 2013.

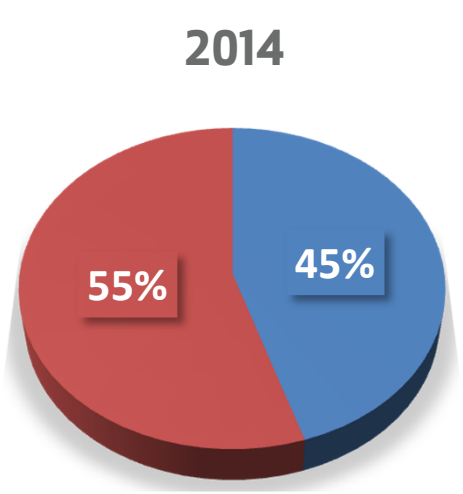


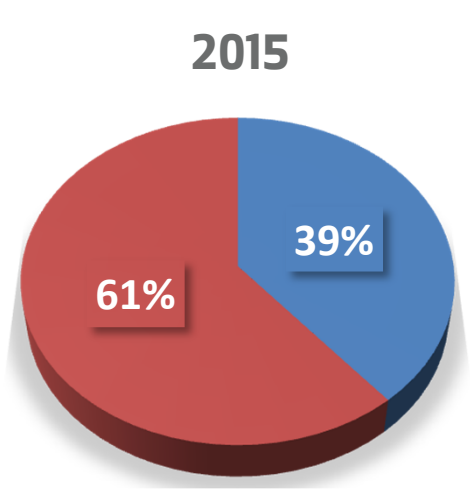
- ✓ La crescita del segmento risulta agevolata anche dal costante **arricchimento delle dotazioni tecnologiche** delle famiglie italiane, sia **in termini di device**, sia **in termini di infrastrutture** (penetrazione internet e banda larga) che agevolano e rendono migliore la fruizione dei contenuti digitali.

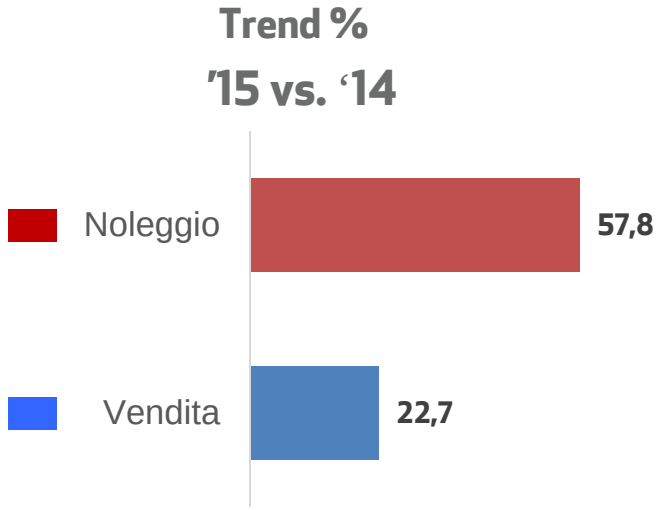
- ✓ **Il peso in valore del Digitale,** rispetto al totale comparto Home Video, **è cresciuto di 2,6 punti percentuali dal 7,1% del 2014 al 9,7% del 2015**.

note: la stima non tiene conto delle fruizioni a fronte di offerte che non abbiano dato seguito al pagamento di uno specifico corrispettivo (SVOD, offerte promozionali, ecc.).
fonte: elaborazioni GfK su dati Univideo

Digitale | Noleggio vs Vendita





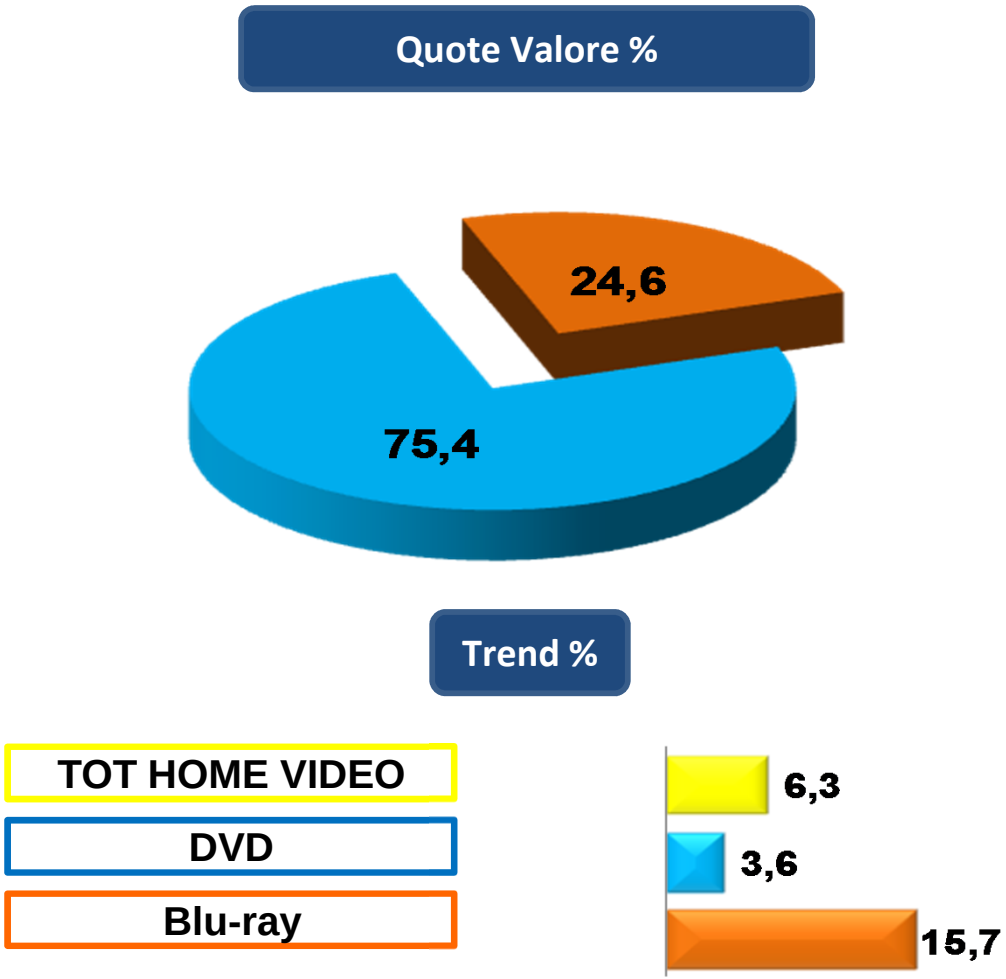


- ✓ Contrariamente a quanto accade sul fisico, **l'incidenza maggiore sul fatturato del digitale è data dal noleggio,** che nel 2015 arriva a rappresentare il 61% del totale con una crescita del +57,8% rispetto al 2014.
- ✓ Anche la vendita digitale è positiva, con un valore in crescita del +22,7%.

note: la stima non tiene conto delle fruizioni a fronte di offerte che non abbiano dato seguito al pagamento di uno specifico corrispettivo (SVOD, offerte promozionali, ecc.).
fonte: elaborazioni GfK su dati Univideo

Vendite (escluso edicola)| I primi 3 mesi del 2016

- ✓ I primi tre mesi del 2016 confermano il trend positivo fatto registrare dal mercato nel corso del 2015.
- ✓ Riprendono a crescere le vendite di **novità**, grazie ad un trimestre particolarmente ricco di uscite di successo.
- ✓ Il Blu-ray prosegue la tendenza del 2015, confermando una crescita in doppia cifra (+15,7% in valore).
- ✓ Anche i prezzi, dopo anni di contrazione, tornano a crescere rispetto a quelli osservati nel primo trimestre del 2015.



fonte: dati GfK

Indice

Executive Summary pag. 3

1| Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

2| Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3| Appendice statistica pag.28

4| Glossario pag.33

Il mercato in cifre | Il giro d'affari

La spesa degli italiani in audiovisivi												
	MILIONI DI €						*VAR %*					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vendita	**336**	**281**	**240**	**216**	**214**	**225**	**-2,6**	**-16,3**	**-14,7**	**-10,1**	**-0,9**	**5,1**
DVD	295	232	192	172	168	169	-7,9	-21,4	-17,4	-10,5	-2,4	1,2
Blu-ray Disc	40	49	48	44	46	56	72,0	21,7	-1,7	-8,6	4,6	20,8
Edicola	**164**	**130**	**115**	**80**	**70**	**71**	**-18,1**	**-20,5**	**-11,9**	**-30,2**	**-12,5**	**1,4**
Vendita + Edicola	**500**	**411**	**355**	**296**	**284**	**296**	**-8,3**	**-17,7**	**-13,8**	**-16,5**	**-4,1**	**4,2**
Noleggio	**90**	**75**	**52**	**46**	**41**	**36**	**-21,6**	**-16,5**	**-30,7**	**-11,5**	**-10,9**	**-12,2**
Digitale		**9**	**13**	**18**	**25**	**36**			**47,7**	**38,5**	**38,9**	**42,0**
TOTALE SPESA	**590**	**495**	**420**	**360**	**350**	**368**	**-10,6**	**-16,1**	**-15,2**	**-14,3**	**-2,8**	**5,0**

fonte: dati GfK ed elaborazioni GfK su dati Pressdi/Mdis e Univideo

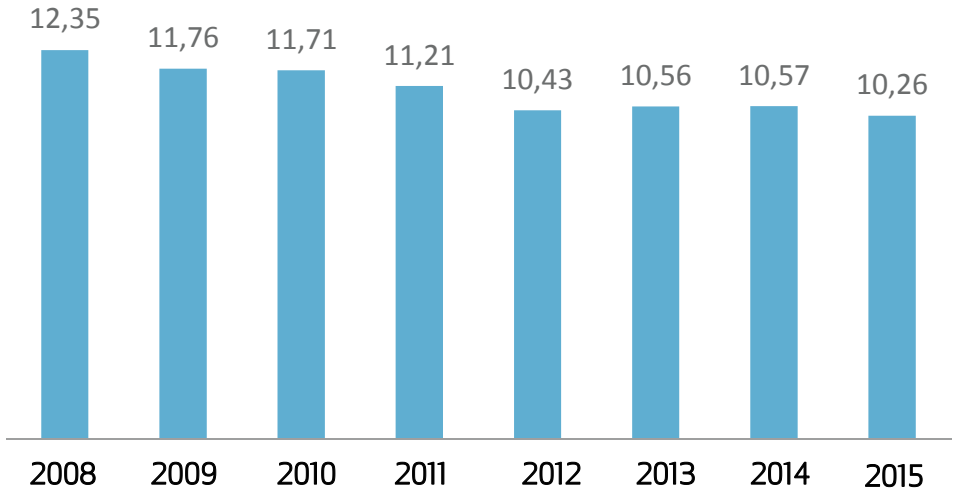
Elaborazioni Prometeia su dati GfK e dati Pressdi/Mdis per il periodo 2009-2010

Il mercato in cifre | la vendita (esclusa l'edicola)

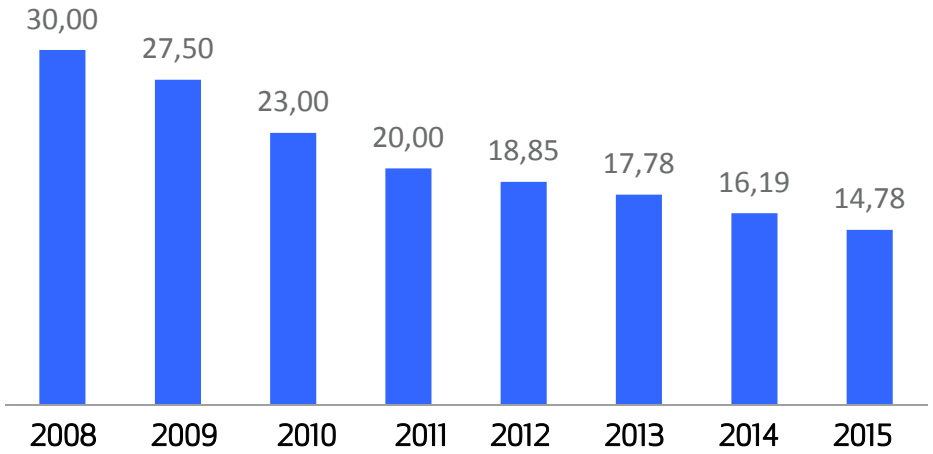
la spesa degli italiani in audiovisivi

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
				MILIONI DI PEZZI				
vendita	**31**	**29**	**27**	**23**	**21**	**19**	**19**	**20**
DVD	29,8	27,3	25,2	20,7	18,4	16,2	15,8	16,5
Blu-ray	0,4	1	2	2,6	2,7	2,7	3,1	3,8
				VAR %				
vendita	**-14,4**	**-7,7**	**-3,7**	**-14,7**	**-9,2**	**-10,4**	**-0,1**	**7**
DVD	-13,9	-8,6	-7,6	-17,8	-11,1	-11,9	-2,5	4,2
Blu-ray	231	135,3	108,9	26,1	7,2	-0,9	14,6	21,2
				MILIONI DI €				
vendita	**382**	**344**	**336**	**281**	**240**	216	214	**225**
DVD	368	321	295	232	192	172	168	169
Blu-ray	11	23	40	49	48	44	46	56
				VAR %				
vendita	**-13,9**	**-9,7**	**-2,6**	**-16,3**	**-14,7**	**-10,1**	**-0,9**	**5,4**
DVD	-15,5	-12,9	-7,9	-21,4	-17,4	-10,5	-2,4	1,2
Blu-ray	221,1	112,5	72	21,7	-1,7	-8,6	4,6	20,8

Prezzi medi di vendita DVD in €



Prezzi medi di vendita Blu-ray in €



fonte: elaborazioni GfK su dati Gfk

Elaborazioni Prometeia su dati GfK per il periodo 2007-2010

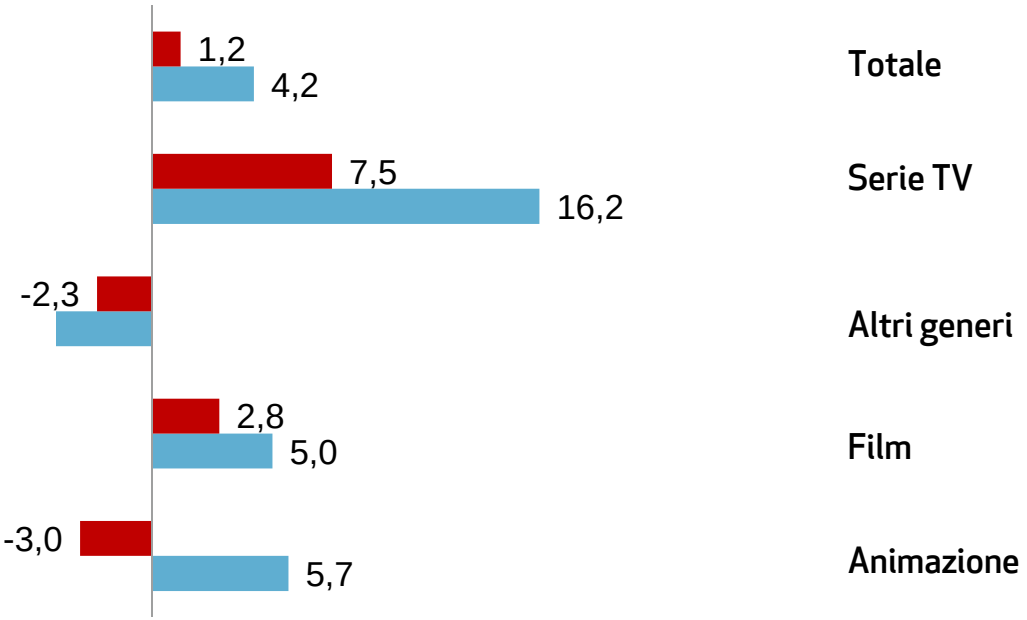
vendita (esclusa edicola) | DVD

- ✓ Nel 2015 **il DVD ha sviluppato un giro d'affari di 169 milioni di euro**, in crescita del +1,2% rispetto al 2014 (+4,2% in quantità).

- ✓ Nel 2015 **continua la crescita del genere Serie TV** (+16,2% in volume, + 7,5% in valore).

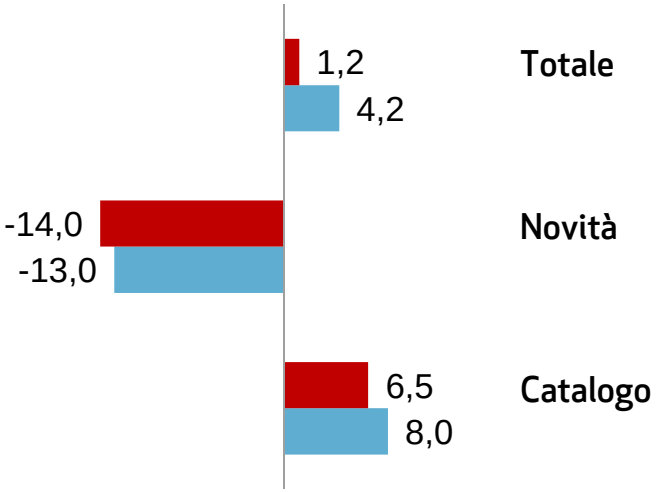
Vendite DVD per genere nel 2015

Var % in valore e quantità



Vendite DVD di titoli nuovi a catalogo nel 2015

Var % in valore e quantità

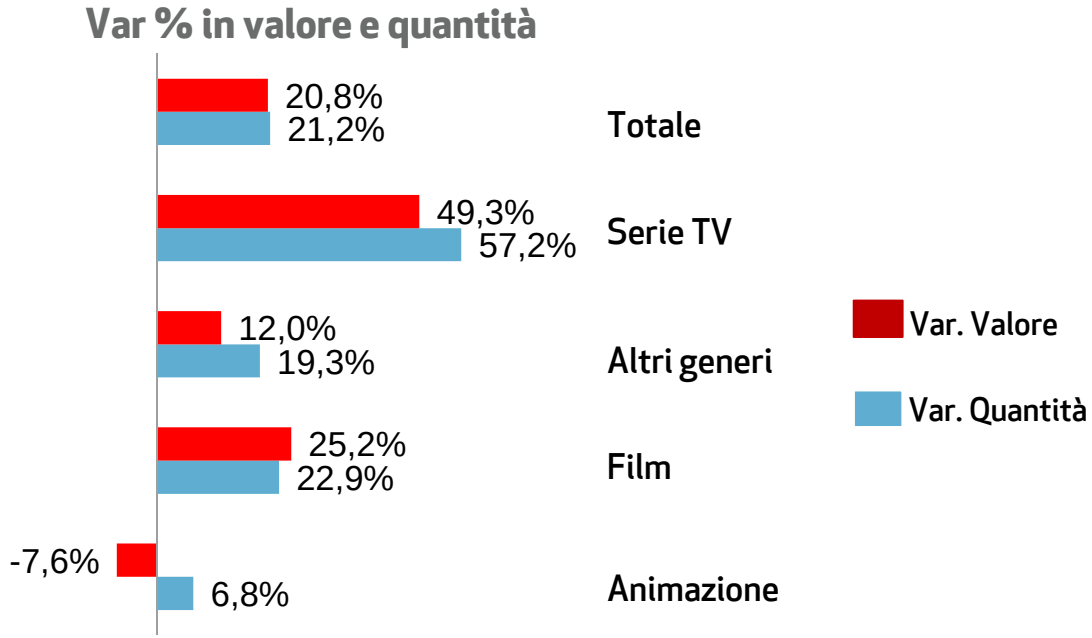


vendita (esclusa edicola) | Blu-ray

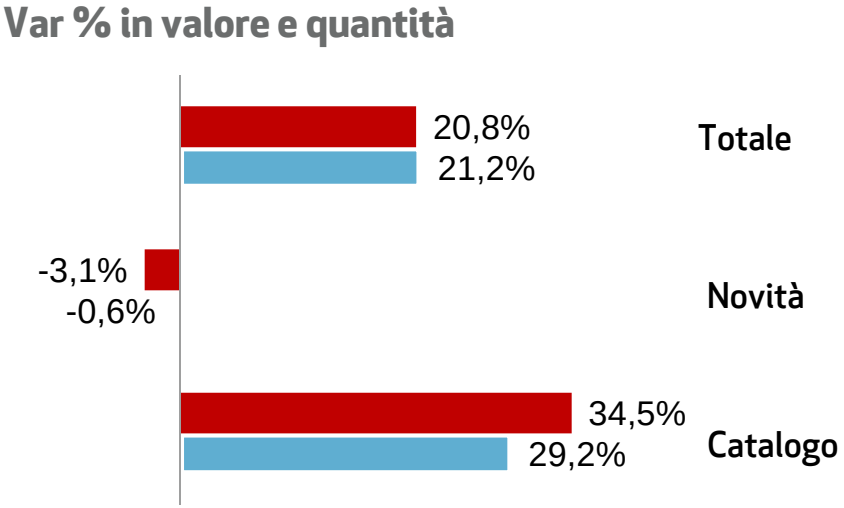
- ✓ **Nel 2015 il fatturato del Blu-ray ha raggiunto i 56 milioni di euro**, corrispondenti a 3,8 milioni di pezzi, con un andamento in volume pari al +21,2% rispetto al 2014.

- ✓ Per il Blu-ray cresce il catalogo, mentre flettono le novità. A livello di generi, particolarmente positive le Serie TV.

Vendite Blu-ray per genere nel 2015



Vendite Blu-ray di titoli nuovi a catalogo nel 2015



Indice

Executive Summary pag. 3

1 | Il mercato dell'Home Video per area di business pag.6

✓ La vendita (esclusa l'edicola) pag.9

✓ L'edicola pag.20

✓ Il noleggio pag.22

2 | Il mercato dell'Home Video digitale pag.24

3 | Appendice statistica pag.28

4 | Glossario pag.33

glossario

Blu-ray: supporto ottico proposto dalla Sony Corporation agli inizi del 2002 come evoluzione del DVD per la visione ad alta definizione

Catalogo: Le referenze uscite sul mercato da più di 12 settimane

Digitale: vendite di contenuto video effettuate attraverso un sistema di telecomunicazione per la trasmissione e la ricezione di film e suoni tramite segnali digitali (Video on Demand e Electonic sell- through)

DVD: acronimo inglese di Digital Versatile Disc; supporto digitale per la riproduzione di suoni ed immagini mediante l'utilizzo di un apposito lettore. Il DVD, apparso sul mercato già dal 1997, è nato dalla ricerca congiunta di alcune fra le maggiori aziende nel campo della ricerca e dell'elettronica di consumo - riunite nel cosiddetto DVD Forum – ed è in grado di contenere fino a 240 minuti di materiale video in formato MPEG-2

Noleggio: (rental); i supporti audiovisivi per il noleggio sono prodotti distinti da quelli per la vendita e rappresentano pertanto un mercato differente

Novità: Le referenze nelle prime 12 settimane di vendita dalla data di uscita sul mercato

E-Commerce: vendita di prodotti effettuata attraverso siti internet

Specializzati in Tecnologia di consumo: punti vendita con superficie superiore a 800 mq. e fatturato superiore a 2,5 mio Euro, trattanti prodotti di Tecnologia di Consumo come ad esempio Elettronica di consumo, Information Technology, Telefonia, Piccoli e Grandi Elettrodomestici, Foto e Home Entertainment con libero servizio, barriera casse. I punti di vendita devono trattare almeno quattro delle merceologie di prodotti sopra citate.

Specializzati in Entertainment: punti di vendita a libero servizio specializzati nei prodotti Home Entertainment come DVD VHS, Video Games, Libri, Musica appartenenti a catene e/o in franchising. Dal 2015 sono incluse anche le librerie appartenenti a catene e/o franchising che trattano il prodotto Home Video.

Ipermercati: Punti di vendita con superficie superiore a 2.500 mq., trattanti prodotti di largo consumo, alimentari e non alimentari, tessile abbigliamento (capospalla), con caratteristiche di grande distribuzione: libero servizio, barriera casse

Supermercati: Punti vendita non Ipermercati in cui la maggior parte del fatturato è sviluppata dalla vendita di beni di largo consumo, alimentari e non. Possono trattare beni durevoli in maniera marginale. Sono caratterizzati da libero servizio e barriera alle casse. La superficie di vendita deve essere superiore ai 1000 mq e inferiore a 2500 mq. Sono esclusi dall'Universo Superette, Hard e Soft/Discount e tutti i Supermercati con superficie inferiore a 1000 mq.

GfK Italia
Via Tortona,33 20144 Milano
tel. +39 02 8705.1000 fax+39 02 8705.1000
www.gfk.com

Univideo
Corso Buenos Aires, 43, 20124 Milano
tel. 02 89 011 980, fax 02 86 99 60 69
univideo@univideo.org
www.univideo.org