

Anuario 2011: La Guía de los Mercados de Gran Consumo

José Ramón Díaz
Retailer Service Manager

The Nielsen logo is positioned in the bottom right corner of the slide. It consists of the word "nielsen" in a lowercase, sans-serif font, with a horizontal line of seven dots underneath it. The logo is contained within a white circular shape that is partially cut off by the bottom edge of the slide.

nielsen
.....

Agenda

- Evolución de los formatos comerciales:
 - Universo de establecimientos
- Balance 2010
 - Alimentación y Droguería/Perfumería
 - Mercado de Hostelería y Colectivos
 - Cash & Carry
 - El Mercado de Farmacia
 - Electrodomésticos
 - Juguetes y Entretenimiento



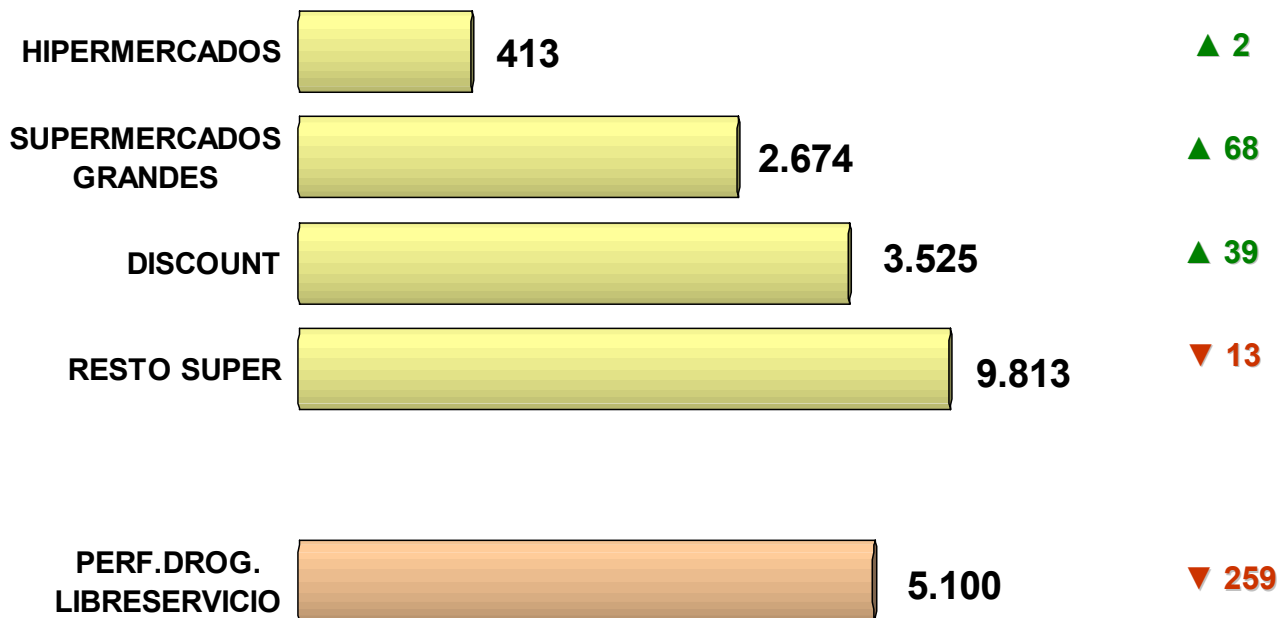
Evolución de los formatos comerciales

El libreservicio de Alimentación presenta evoluciones muy moderadas mientras que la PDL sufre un retroceso significativo



% Var. vs año anterior

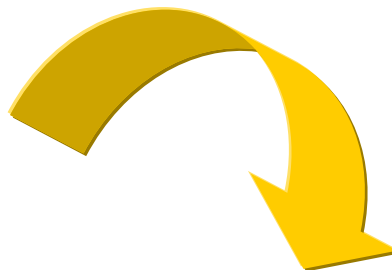
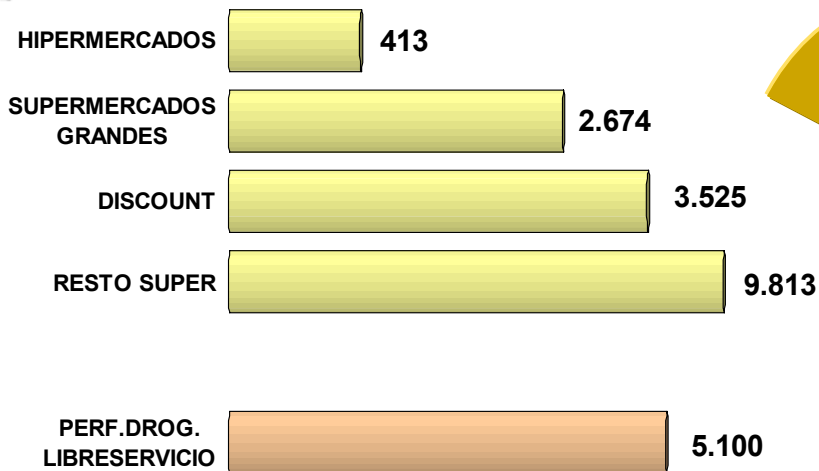
16.425
Super +
Hiper
▲ 0,6 %



Total Libreservicio: **21.525** establecimientos

▼ 1 %

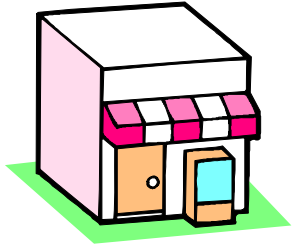
Los formatos ralentizan su crecimiento



% Var. nº de establecimientos vs año anterior

	2009	2010
Hiper	0%	0%
Super Grande	4%	3%
Discount	1%	1%
Resto Super	1%	0%
Perf. Drog. Libr.	0%	-5%

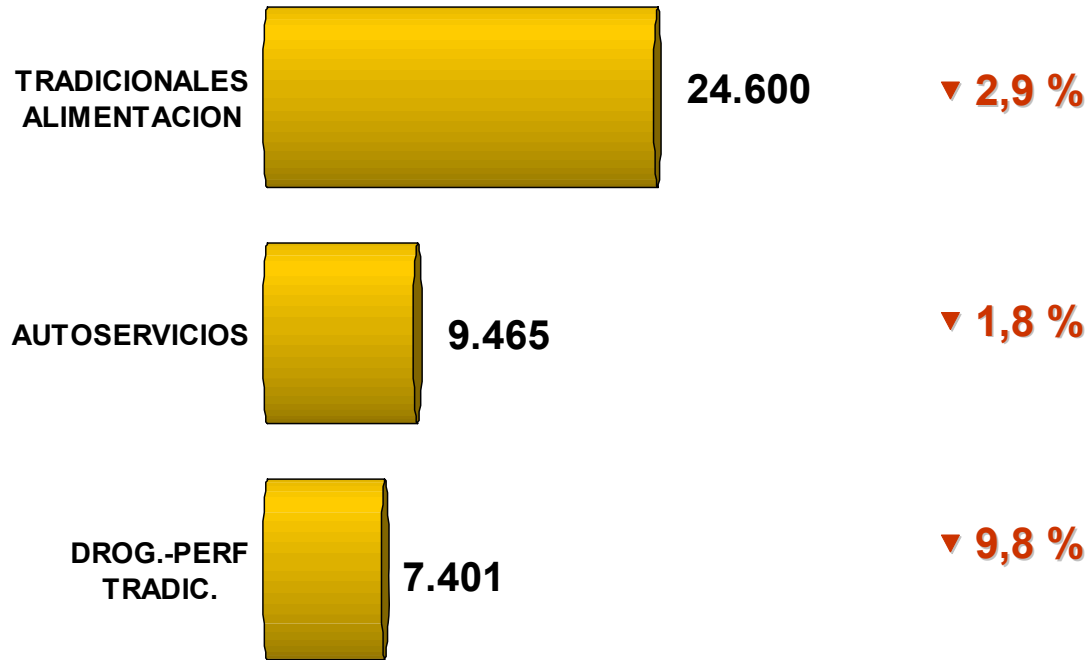
Continúa descendiendo el número de establecimientos tradicionales



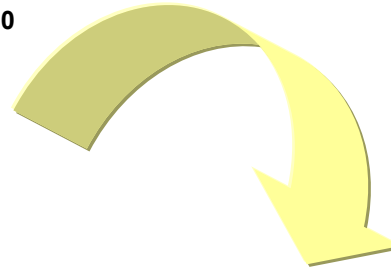
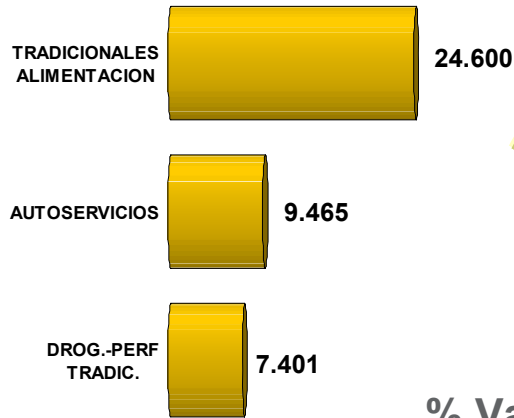
41.466
puntos
de venta

▼ **3,9 %**

% Var. 10 / 09



Las Droguerías y Perfumerías Tradicionales caen a mayor ritmo que las de Alimentación



% Var. nº de establecimientos vs año anterior

	2009	2010
Tradicionales alim.	-2%	-3%
Autoservicios	-2%	-2%
Drog.-Perf. Trad.	-9%	-10%

Tendencias generales del consumo en el hogar

El mercado de productos básicos para el hogar presenta registros moderados de crecimiento en el último año

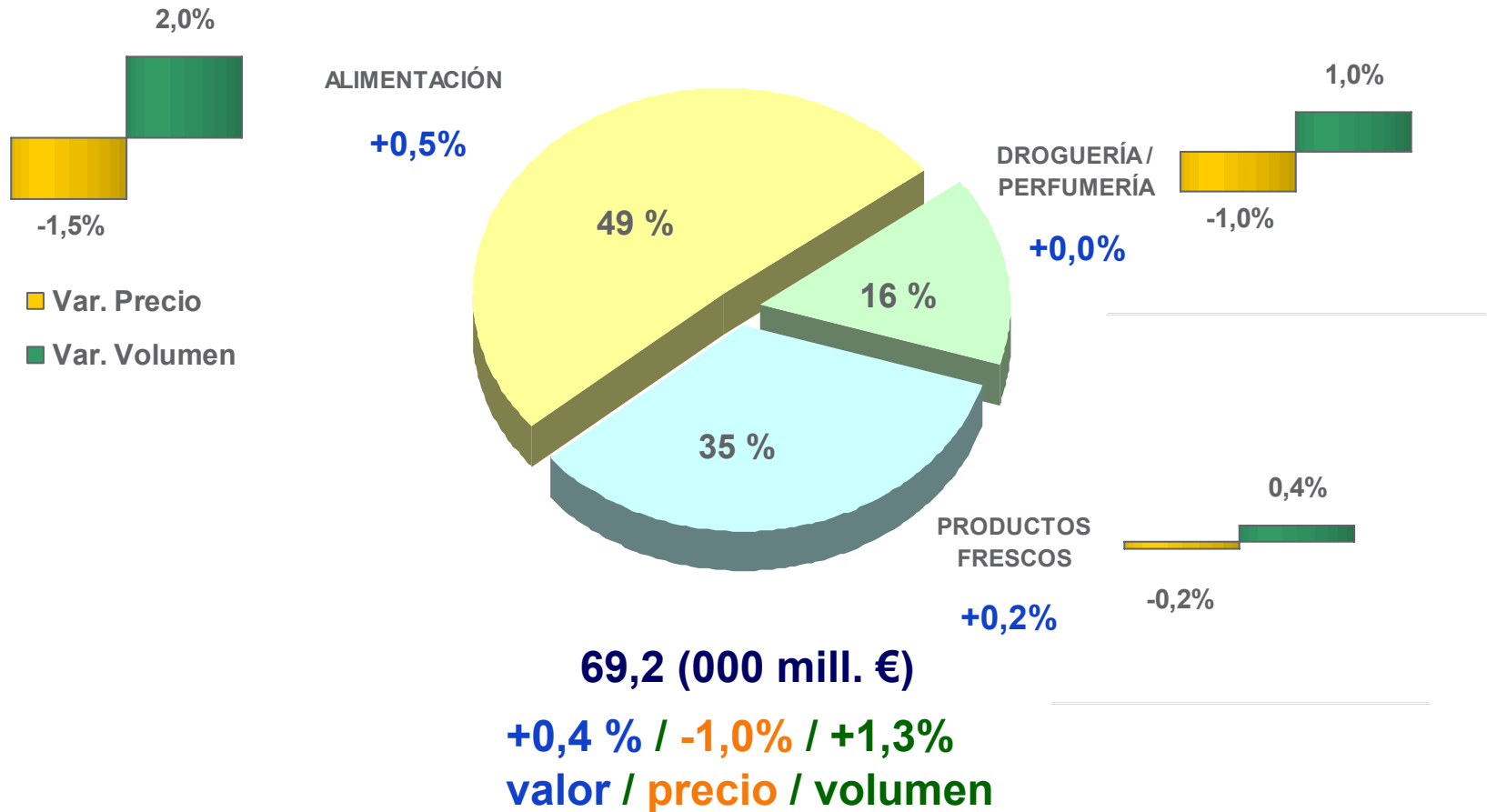


69,2 (000 mill. €)

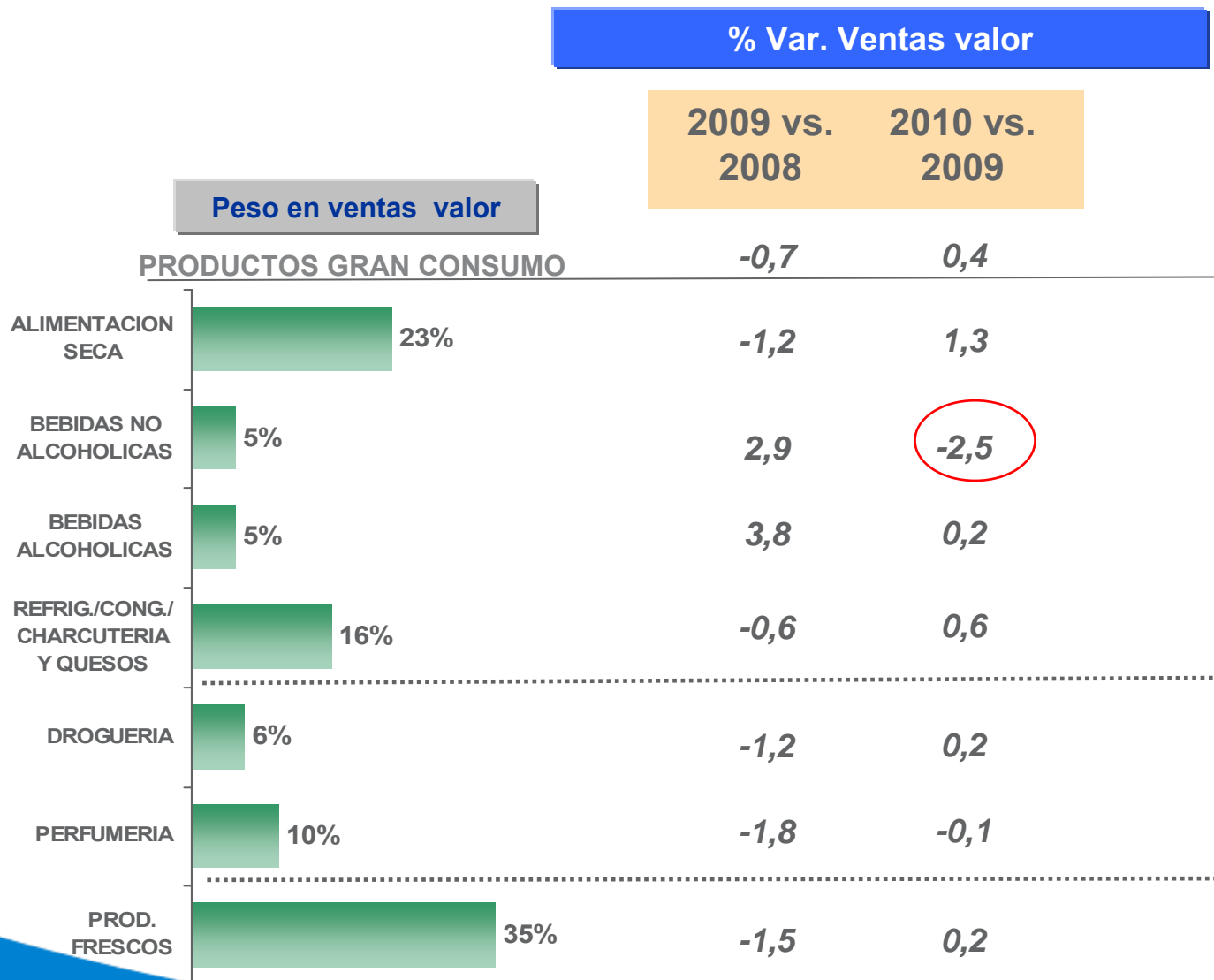
▲ 0,4 %

Alimentación Envasada y Fresca, Limpieza, Higiene y Belleza
Hipermercados+Supermercados + Tradicional+ Especialista

Ninguno de los tres grandes sectores presenta evoluciones muy positivas en el último año

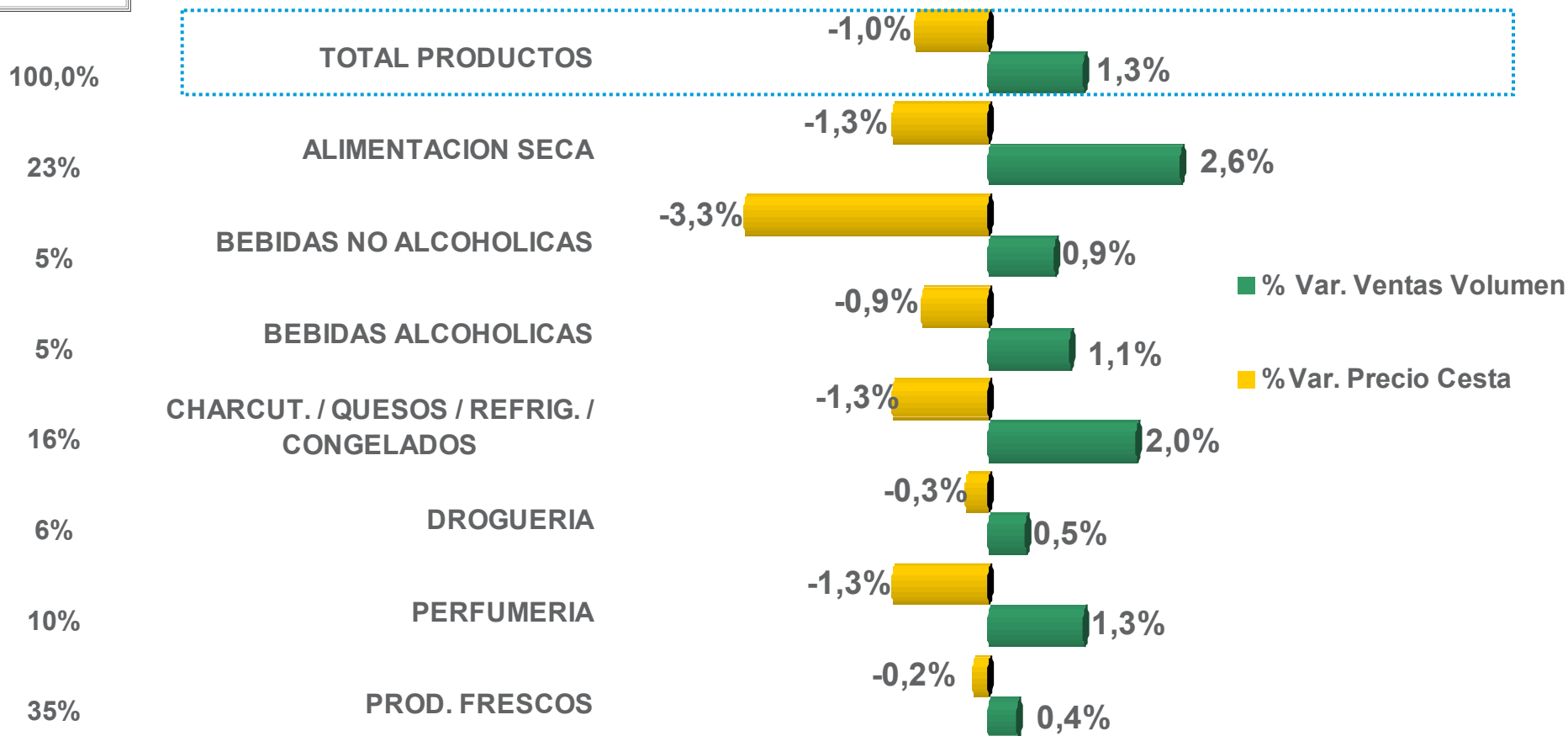


Las bebidas empeoran su tendencia respecto al año anterior



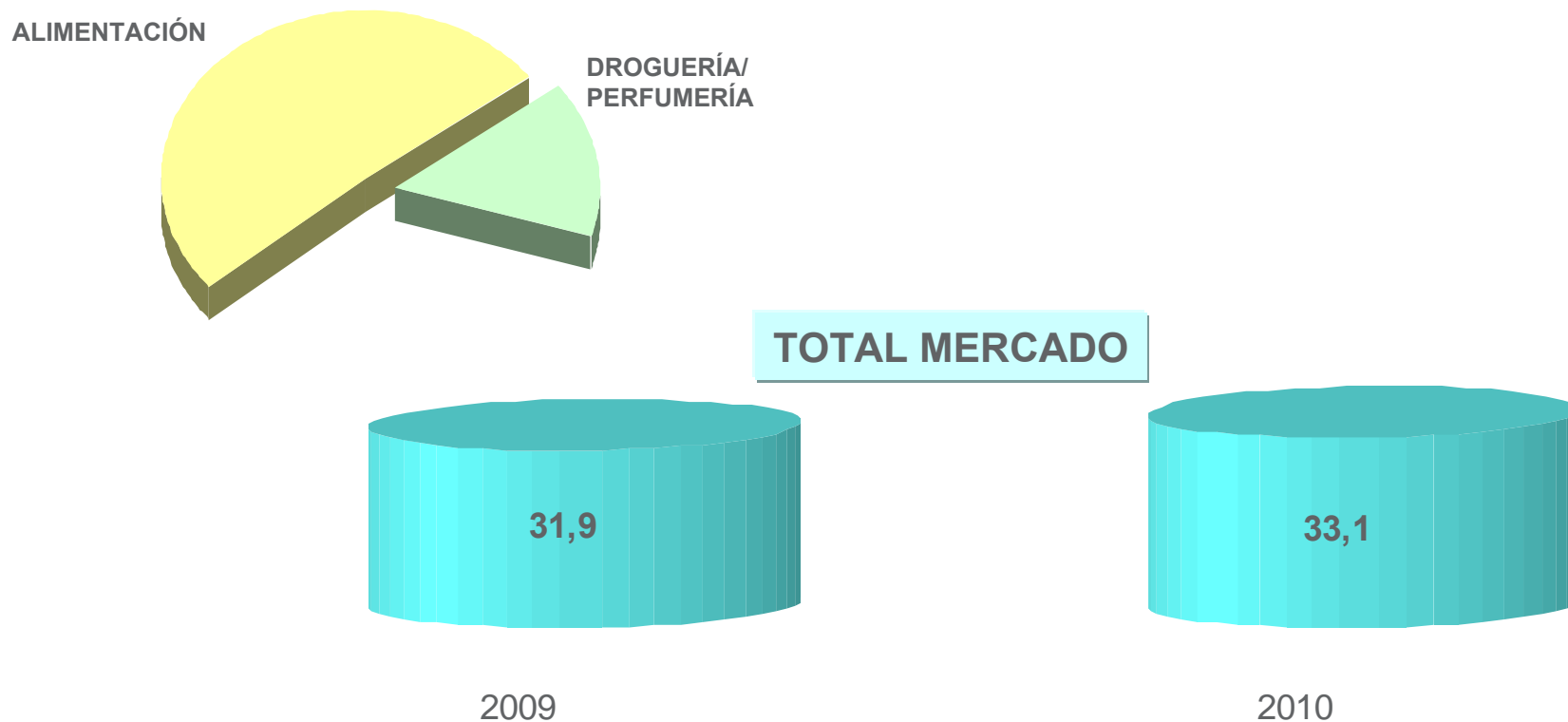
El precio cesta desciende de forma generalizada

Peso s/
Total
Productos

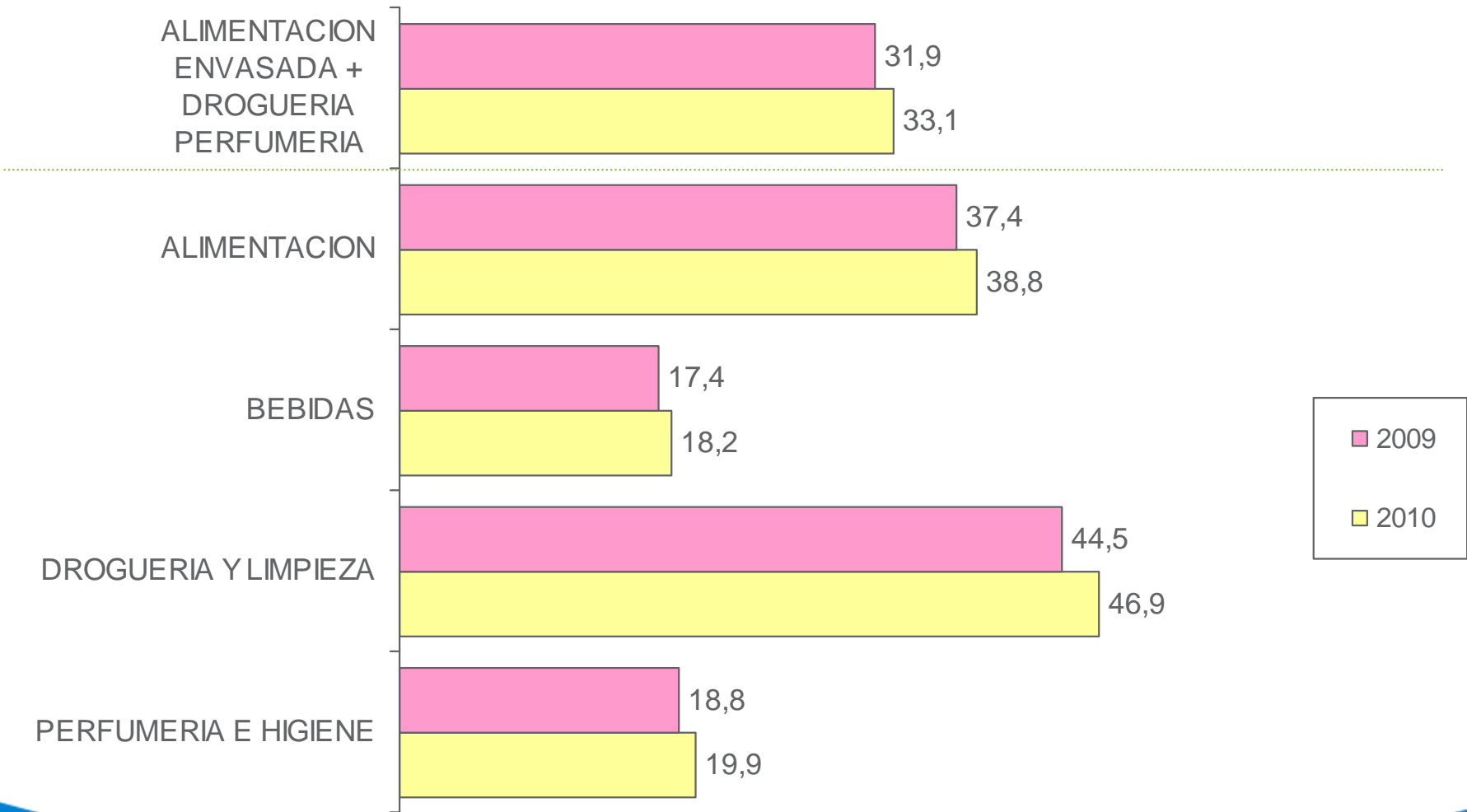


La Marca de la Distribución

La Marca de la Distribución ha continuado ganando cuota de mercado en el último año, aunque con menor ritmo que en años anteriores



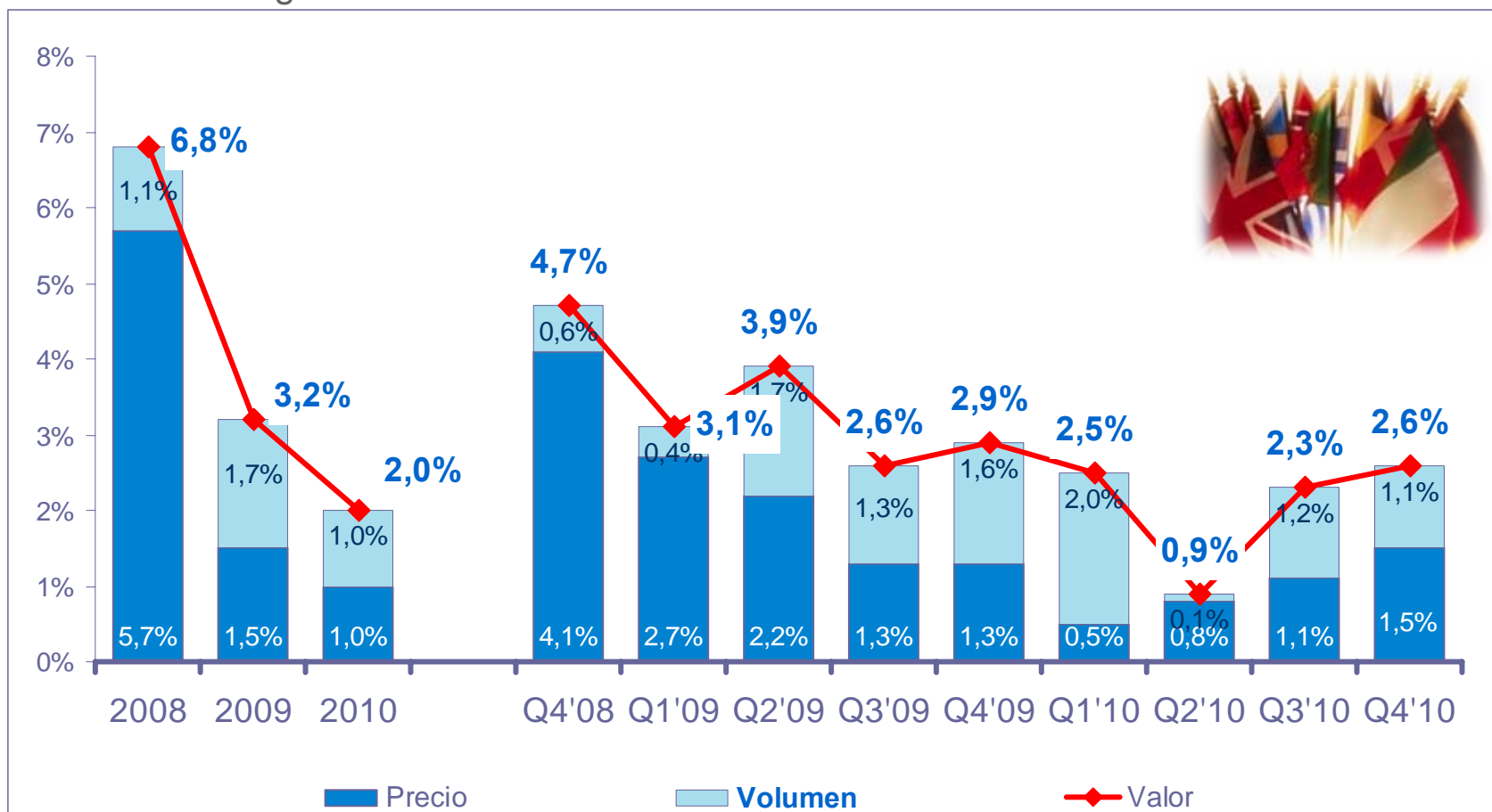
La ganancia de cuota de marca de la distribución es generalizada en todas las secciones



Tendencias en Europa

El Crecimiento de los mercados Europeos

Mercados de gran consumo en canal Libreservicio



Austria, Belgica, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Holanda, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovaquia, España, Suecia, Suiza, Turquía, UK

El mercado de hostelería y colectivos

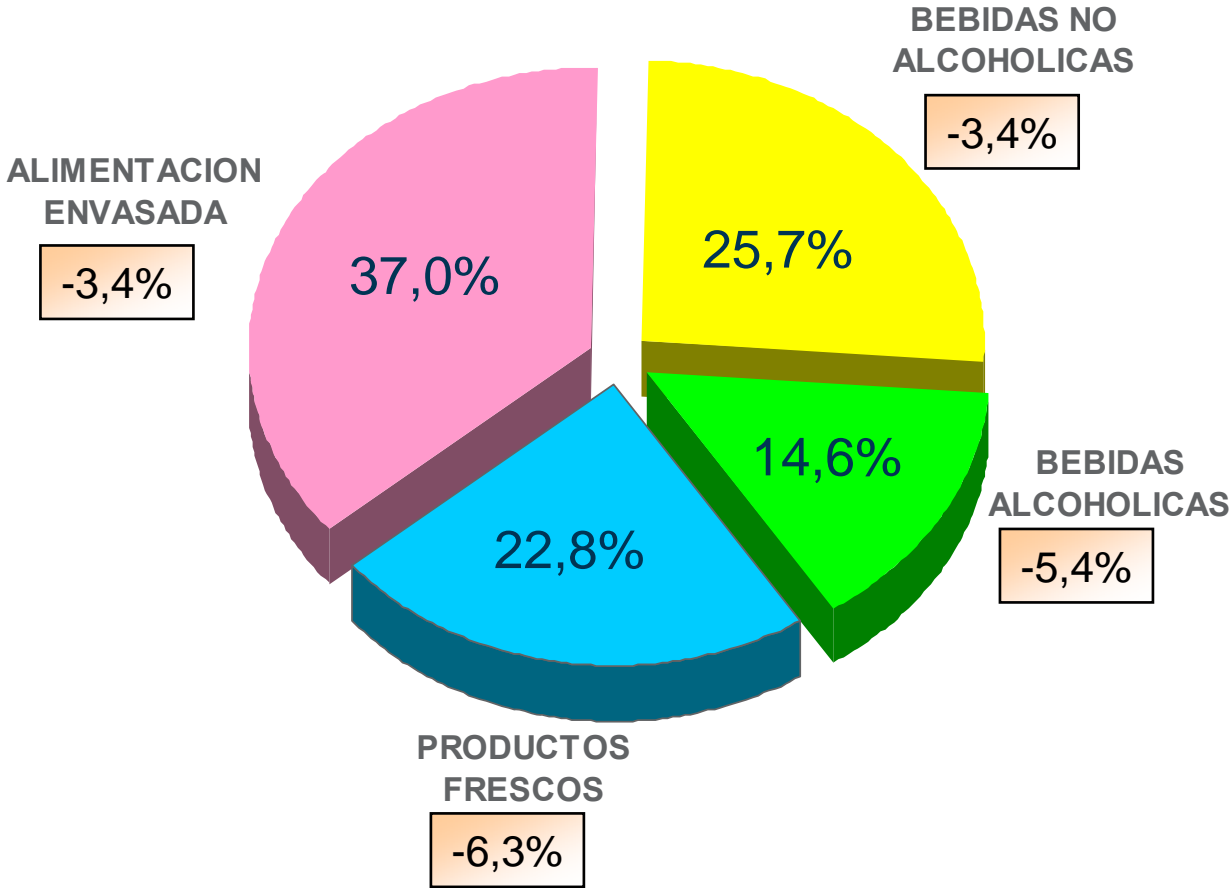
HORECA sigue registrando retroceso durante 2010, afectando a todos los sectores...



21.000 (millones €)

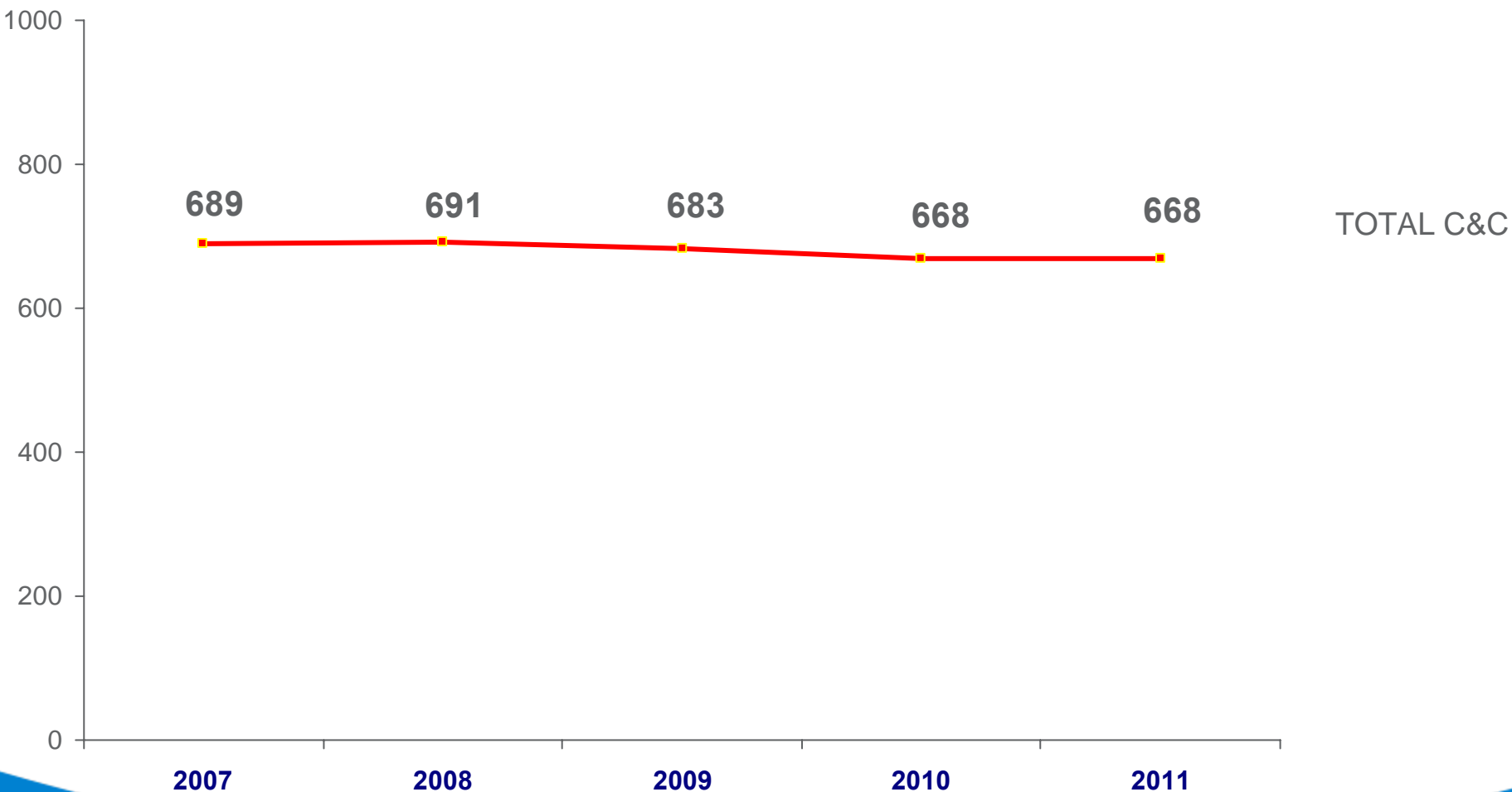
Evolución valor: -4,4%

Evolución volumen: -3,2%

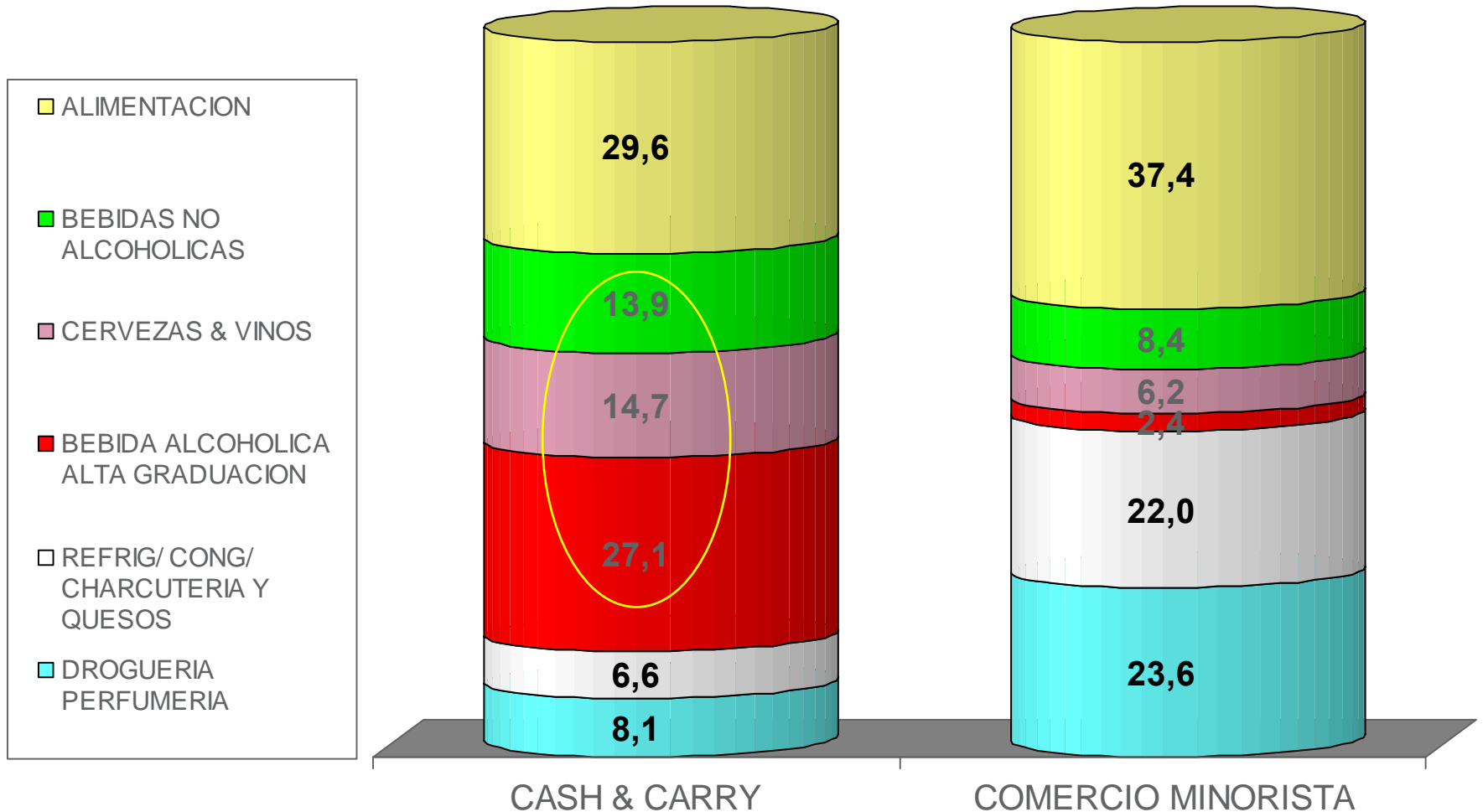


Cash & Carry

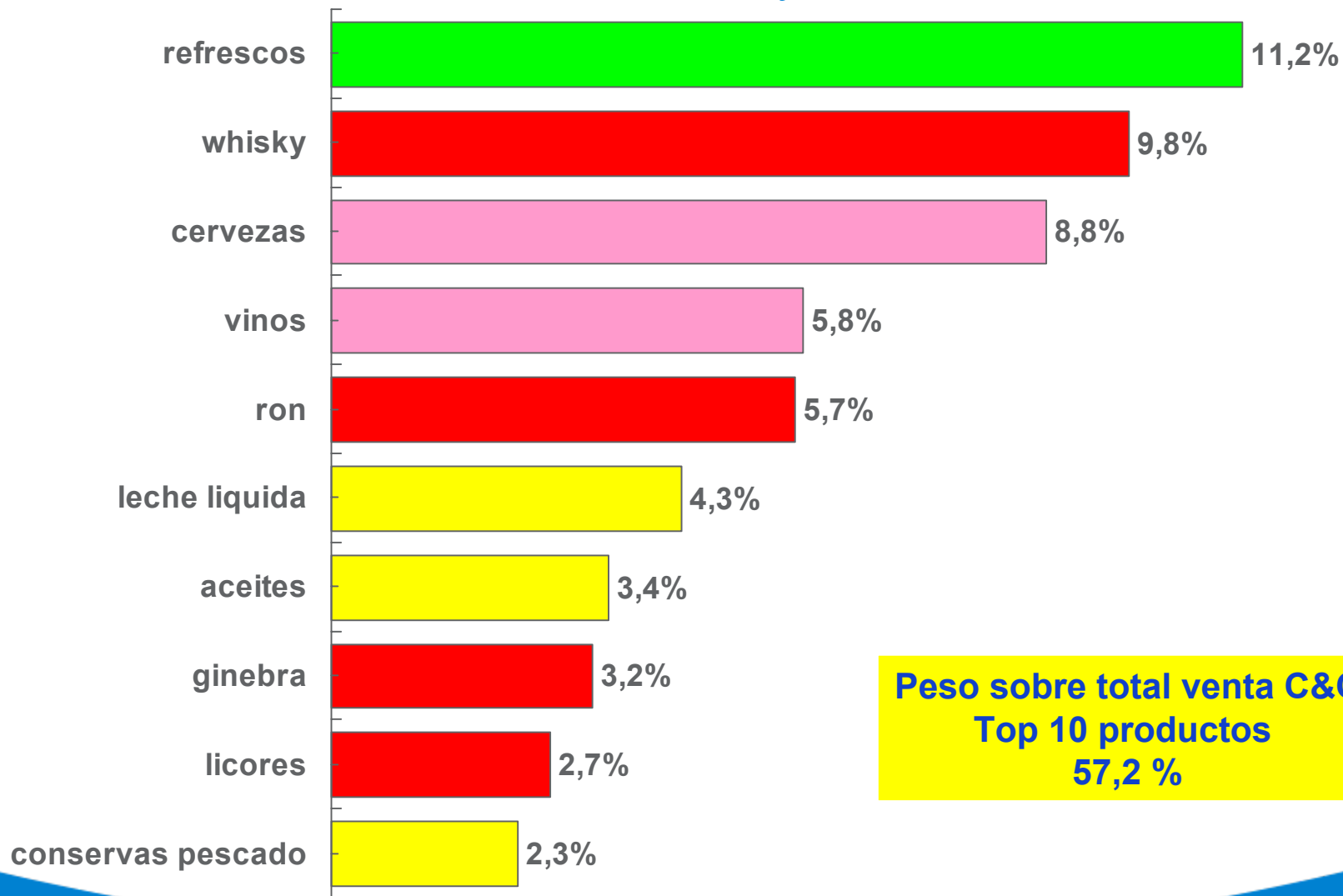
El número de establecimientos de Cash&Carry presenta estabilidad en el último año



Las bebidas suponen casi el 56% de las ventas de alimentación envasada y droguería/ perfumería en el canal de Cash&Carry



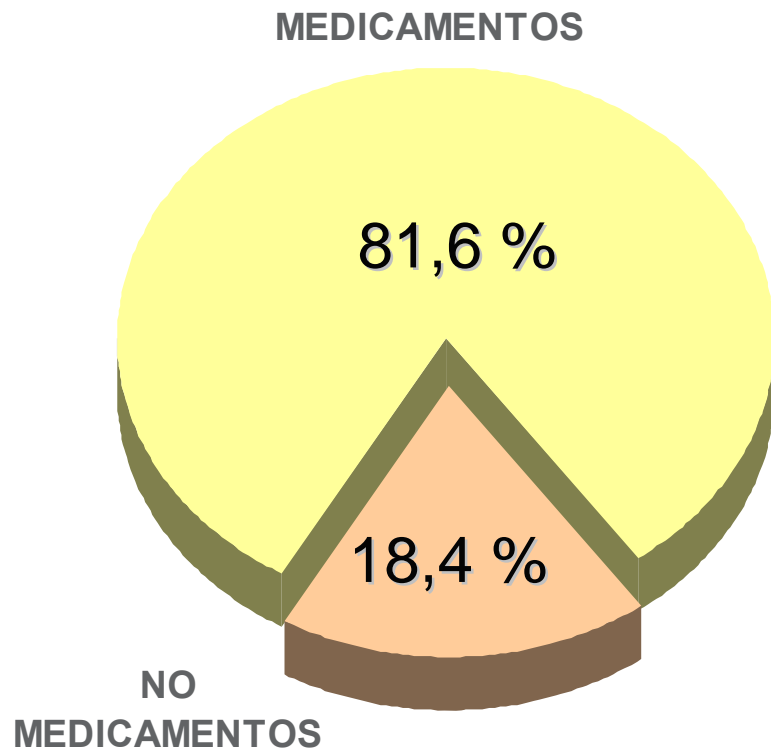
Peso sobre total venta de los productos más vendidos en Cash&Carry



El mercado farmacéutico

Los medicamentos representan más del 81 % del total productos farmacéuticos

17.808 mill. €

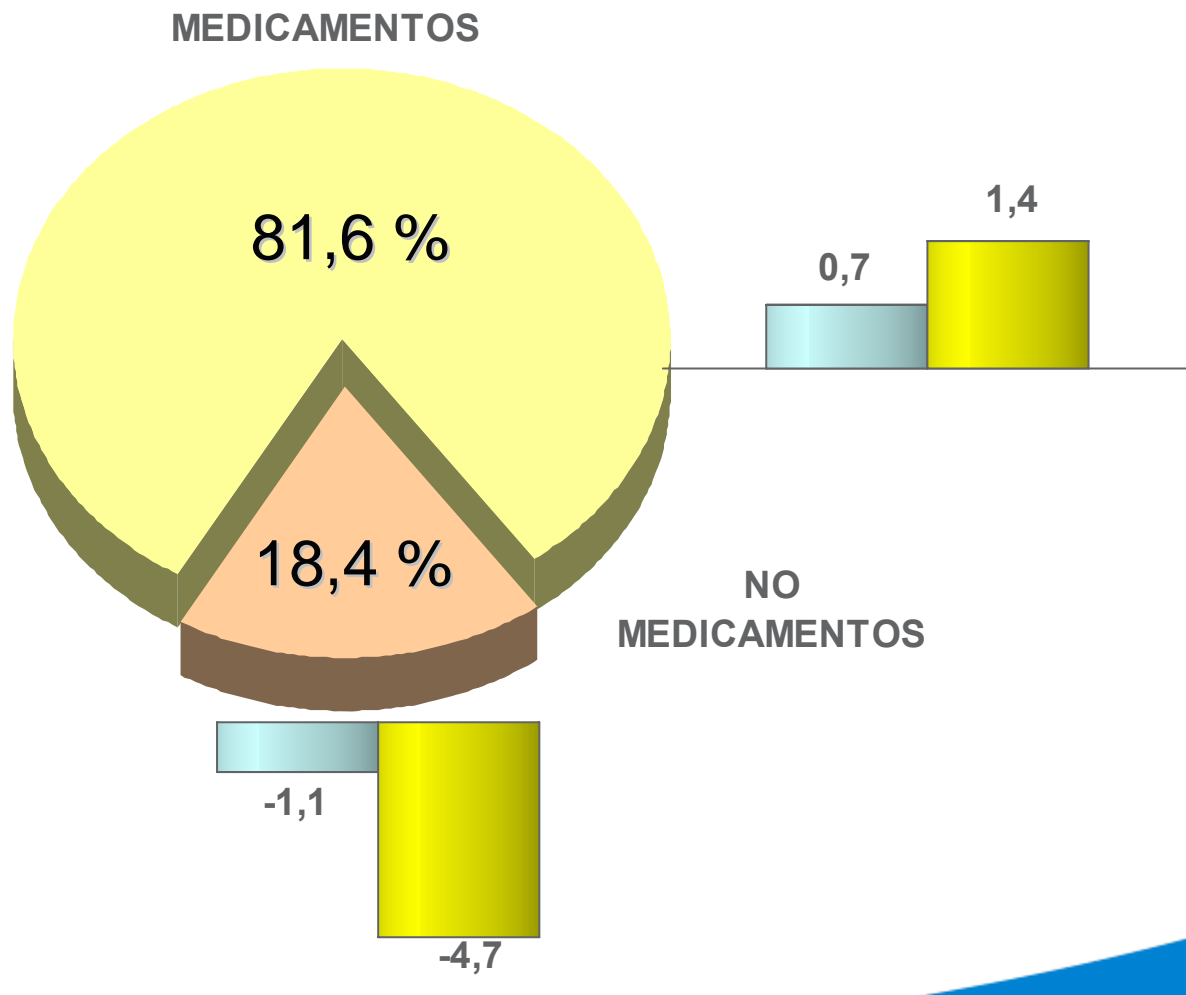


El descenso en los no medicamentos explica la estabilidad en volumen del mercado

17.808 mill. €

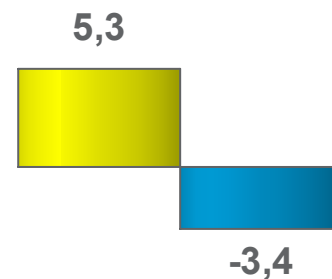
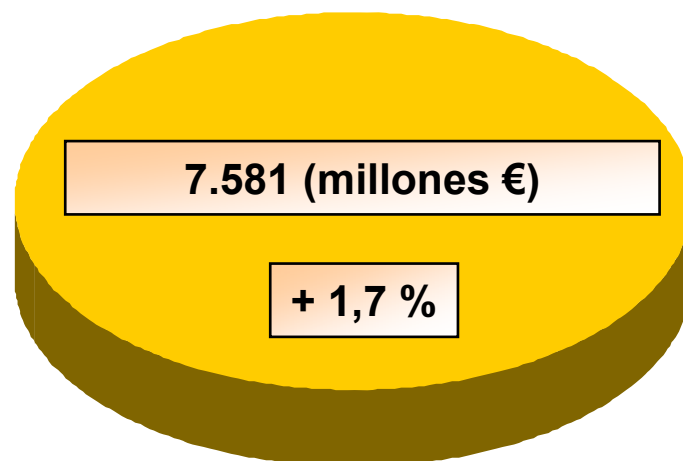


□ Evol. Valor
■ Evol. Volumen



El mercado de electrodomésticos

El mercado de Electrodomésticos registra una evolución en valor positiva del +1,7% en valor en 2010



■ Evol. Volumen

■ Evol. PVP

Las Gamas Imagen/ Sonido e Informática son las dinamizadoras del mercado de electrodomésticos...



Evol. Volumen

Peso de las gamas

TOTAL ELECTRO



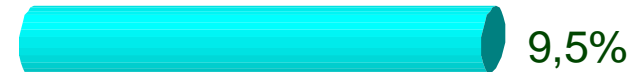
31%

GAMA BLANCA Y CLIMATIZACIÓN



40%

IMAGEN Y SONIDO



17%

INFORMATICA



12%

PAE



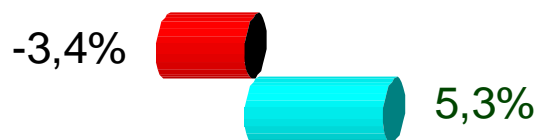
... a lo que contribuye el abaratamiento de la tecnología



■ Evol. Volumen ■ Evol. Precio

Peso de las gamas

TOTAL ELECTRO



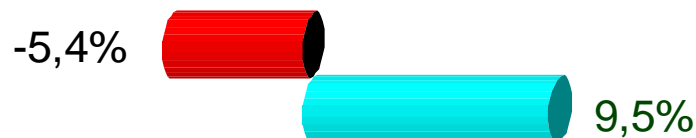
31%

GAMA BLANCA Y CLIMATIZACIÓN



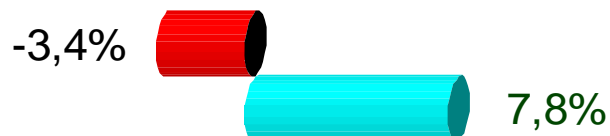
40%

IMAGEN Y SONIDO



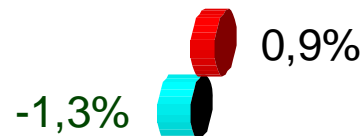
17%

INFORMATICA



12%

PAE



Algunos electrodomésticos vuelven a presentar evoluciones positivas en 2010...

■ Evol Volumen

Evol Precio
Promedio Gama

-16%

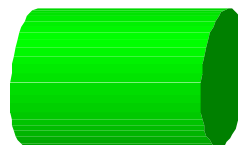
DECODIFICADORES
TDT



35,5 %

-8%

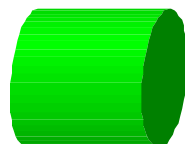
TELEVISION



16,5%

-4%

ORDENADORES



11,3%

-4%

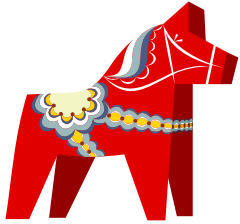
FRIGORÍFICOS



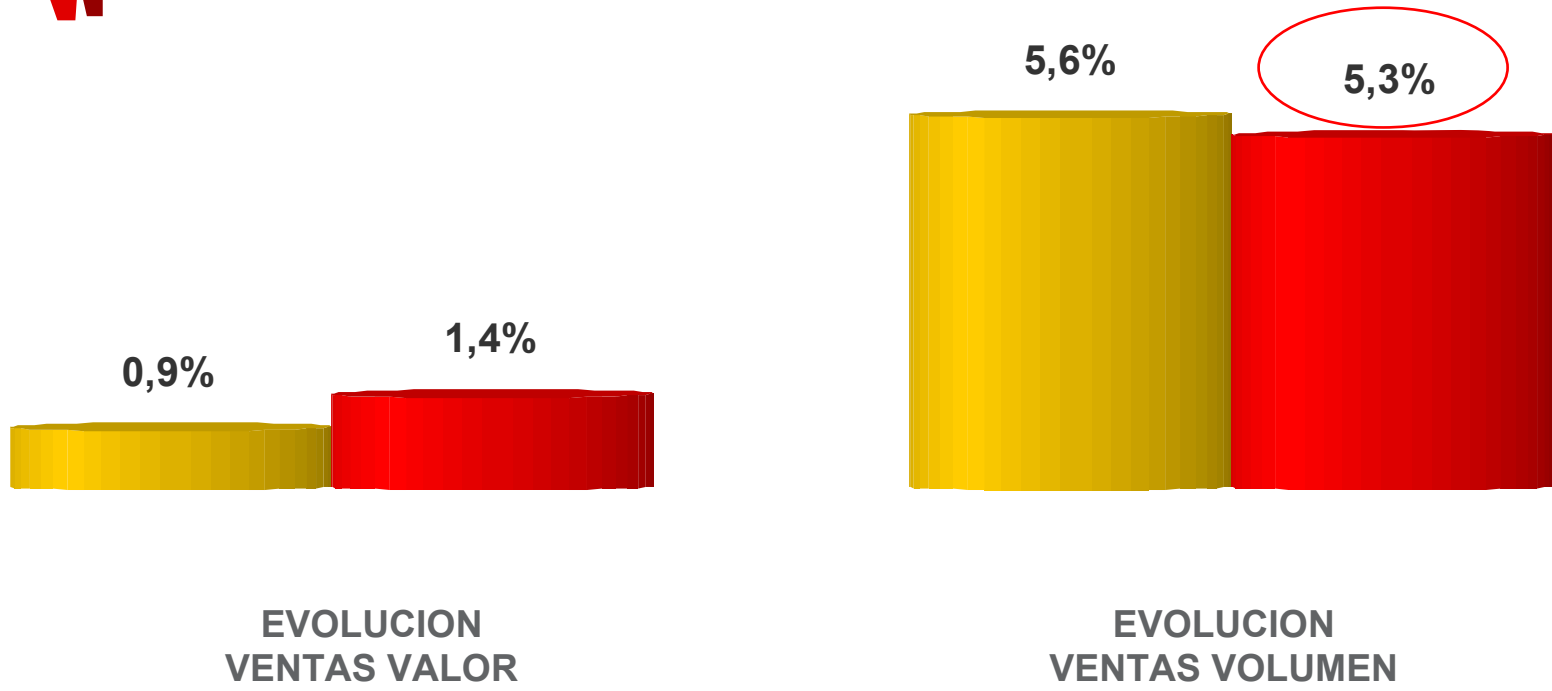
2,1%

Los mercados de juguetes y entretenimiento

Tanto el año 2010 como la Campaña de Navidad-Reyes acaban con evoluciones en volumen superiores al 5%



■ Año 2010 ■ Campaña Navidad-Reyes 2010-2011

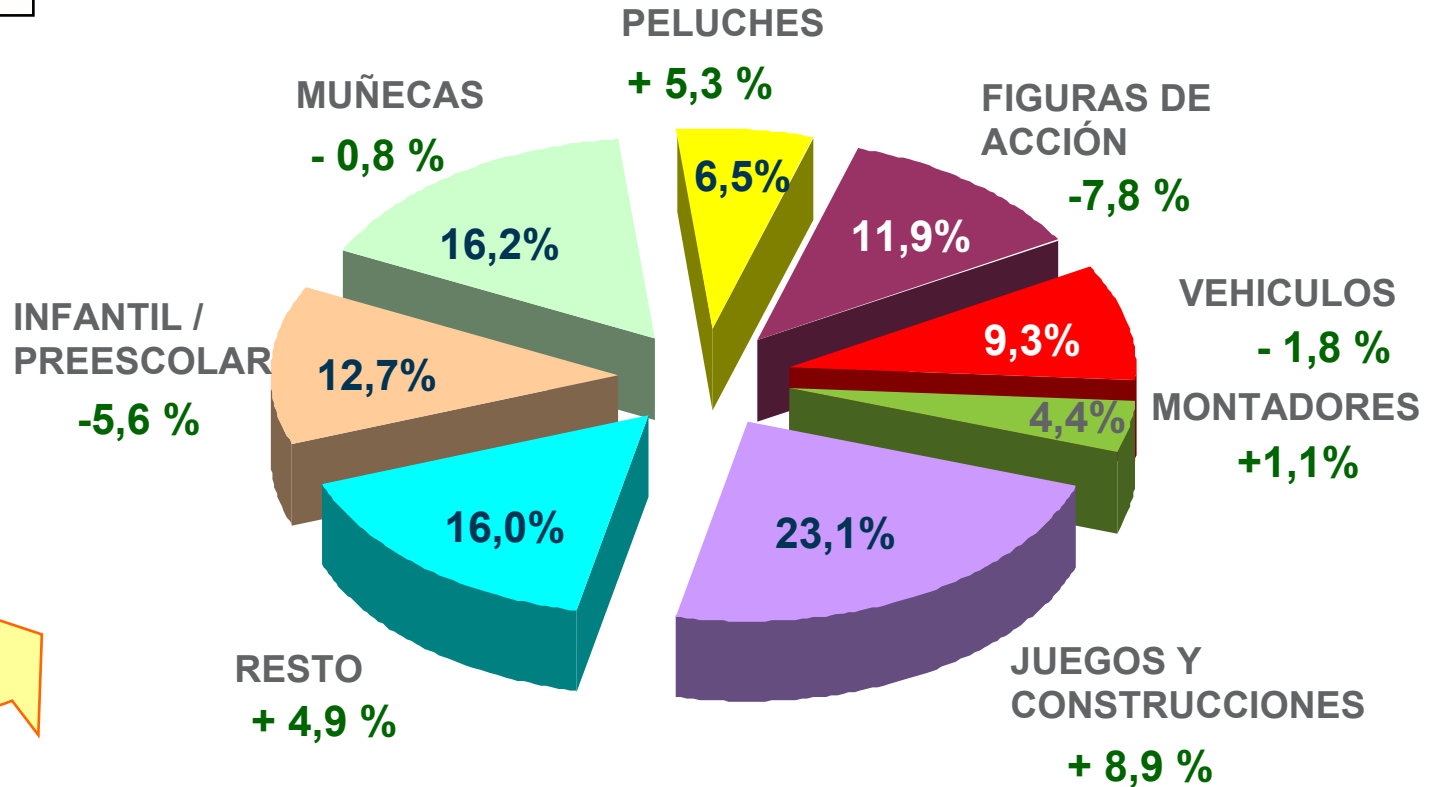
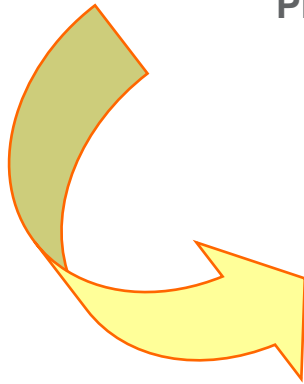


Juegos y Construcciones representan más de un 23% del mercado de juguetes, siendo además la familia más dinámica

763 millones €
47 millones uds.



+ 0,9 %



% Var. Ventas Valor

“El tiempo entre costuras” lidera este año el ranking de los libros más vendidos

POSICION	TITULO	AUTOR	CUOTA SOBRE TOTAL
1	El tiempo entre costuras	<i>Dueñas, María</i>	6,1%
2	La caída de los gigantes	<i>Follet, Ken</i>	4,5%
3	El asedio	<i>Pérez Reverte, Arturo</i>	3,3%
4	Dime quién soy	<i>Navarro, Julia</i>	2,5%
5	El sueño del celta	<i>Vargas Llosa, Mario</i>	2,0%
6	Venganza en Sevilla	<i>Asensi, Matilde</i>	2,0%
7	El secreto	<i>Byrne, Rhonda</i>	1,9%
8	Riña de Gatos. Madrid 1936	<i>Mendoza, Eduardo</i>	1,8%
9	Los ojos amarillos de los cocodrilos	<i>Pancol, Katherine</i>	1,8%
10	Perdona si te llamo amor	<i>Moccia, Federico</i>	1,8%

Cuota Top 10: 27,7%
Cuota Top 20: 42,0%

Muchas Gracias

The Nielsen logo is contained within a white circular shape. The word "nielsen" is written in a lowercase, serif font. Below the text is a horizontal line of seven small, dark dots.

nielsen
.....