



L'influenza A e gli effetti sulle vendite

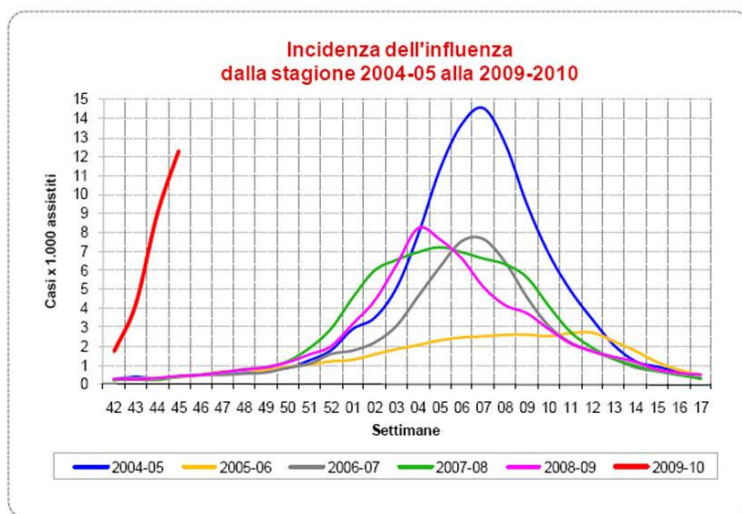
Novembre 2009

L'influenza A e gli effetti sulle vendite

Ottobre 2009 – Iper+Super+Libero Servizio, Farmacie e Parafarmacie

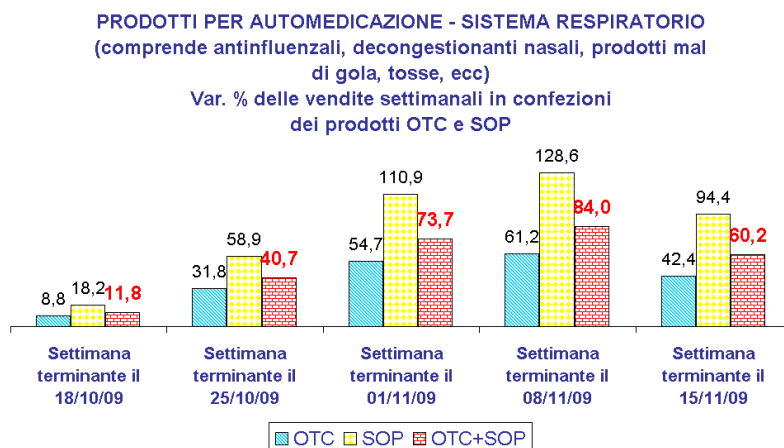
1 – Virus A-H1N1 e i timori degli italiani

Per la prima volta negli ultimi 5 anni, nel corso delle ultime settimane di ottobre e delle prime di novembre si è verificato un picco nei casi di influenza accertati che, nel corso degli anni precedenti, si concentrava nei primi 2-3 mesi dell'anno. Molto probabilmente la paura di aver contratto il virus A-H1N1 (e che non si trattasse quindi dell'influenza stagionale) ha portato un numero maggiore di individui a consultare il proprio medico.



Fonte: Istituto Superiore di Sanità

2 – Per combattere l'influenza, aumentano gli acquisti di farmaci (automedicazione) nella seconda metà di ottobre e nella prima metà di novembre



Fonte: Nielsen Market*Track

Var. % vendite settimanali in confezioni di farmaci da banco e senza obbligo di prescrizione
Canali: Iper+Super, Farmacie e Parafarmacie

L'influenza A e gli effetti sulle vendite

Ottobre 2009 – Iper+Super+Libero Servizio

3 – La prevenzione

L'arrivo dell'influenza A nel nostro Paese e le campagne mediatiche sulla prevenzione che si sono susseguite hanno fatto esplodere le vendite di alcuni prodotti nel corso del mese di settembre e soprattutto ad ottobre 2009.

Ottobre 2009 Trend % a volume (vs ottobre 2008)	
Disinfettanti cutanei	+50,3%
Salviettine umidificate igiene intima	+30,2%
Sostitutivi del sapone	+26,1%
Saponi da toilette liquidi	+19,5%
Salviettine umidificate altre	+9,9%



Fonte: Nielsen Trade*Mis - Iper+Super+Libero Servizio

4 – Il primo picco di influenza

Il contagio del virus in Italia e il primo picco di influenza stagionale ad ottobre hanno spinto la crescita dei prodotti igienico sanitari di base.



Ottobre 2009 Trend % a volume (vs ottobre 2008)	
Borse per Acqua e Ghiaccio	+33,3%
Pronto soccorso	+20,8%
Cerotti Nasali	+17,4%
Ghiaccio per medicazione	+ 9,5%
Termometri	+ 4,9%
Fazzoletti di carta	+ 4,4%

Fonte: Nielsen Trade*Mis - Iper+Super+Libero Servizio

L'influenza A e gli effetti sulle vendite

Ottobre 2009 – Iper+Super+Libero Servizio

5 – L'alimentazione

Nella loro alimentazione i consumatori hanno privilegiato maggiormente gli acquisti di Yogurt e di Latte Fresco (entrambi in accelerazione ad ottobre rispetto al trend dei primi 10 mesi del 2009); positive anche le vendite dei Probiotici che confermano il trend a progressivo annuo. Nello stesso mese si sono verificate crescite significative negli acquisti di Agrumi e Mele (il trend a valore è pari rispettivamente al +13,2% e al +3,2%), Frutta Fresca Confezionata, Pomodori e Verdure Preconfezionate Pronte.

Ottobre 2009 Trend % a volume (vs ottobre 2008)	
Probiotici al cucchiaino	+9,8%
Yogurt	+5,1%
Probiotici da bere	+5,1%
Latte Fresco	+3,9%
Frutta Fresca Conf	+14,3%
Pomodori (*)	+12,3%
Mele (*)	+12,1%
Verdure Conf. Pronte (IV gamma)	+11,2%
Agrumi (*)	+ 4,9%



Fonte: Nielsen Trade*Mis - Iper+Super+Libero Servizio
(*): Iper+Super, Trend % in Confezioni

6 – Non aumentano le scorte

Non si registra nessun fenomeno che mostri una corsa allo “stoccaggio” di beni confezionati come Pasta, Riso, Farina e Conserve Alimentari.



Ottobre 2009 Trend % a volume (vs ottobre 2008)	
Alimenti conservati conserve ittiche, vegetali, rosse, di carne, di frutta	+0,9
Pasta, riso e farina	1,3%

Fonte: Nielsen Trade*Mis - Iper+Super+Libero Servizio



The Nielsen Company

Contatti:

Via G. Di Vittorio 10, 20094 Corsico

email: nielsenitalycommunications@nielsen.com

www.it.nielsen.com

