CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

CONGIUNTURA FLASH ANDAMENTO SALDI ESTIVI 2016 - REPORT

Documento per le Ascom dell'Emilia Romagna

ISCOM GROUP

Congiuntura flash – saldi estivi

Obiettivo

- L'obiettivo di questa rilevazione è quello di raccogliere dati diretti sui saldi estivi intervistando un panel di operatori del settore abbigliamento nelle principali aree urbane della regione.

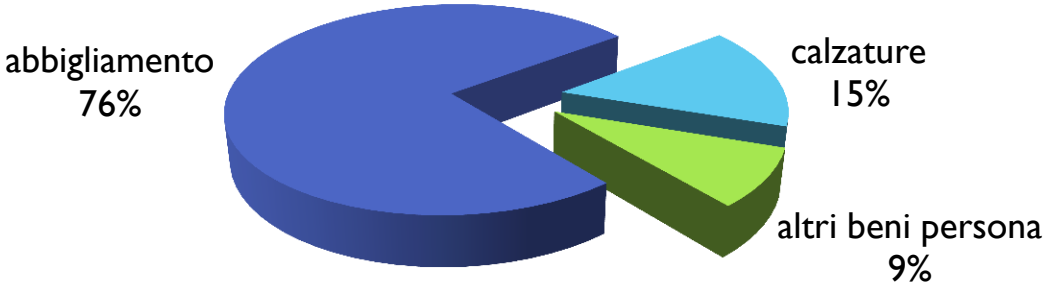
Metodo di rilevazione

- Per i saldi estivi del 2016 sono stati previsti oltre ai tradizionali metodi di rilevazione (tramite interviste dei funzionari Confcommercio o questionario on line) è stato utilizzata la **app MODAtrend**

Risultati attesi

- Andamento delle prime due settimane di saldi estivi, spesa media, indicazioni sui comportamenti di acquisto

Panel e note metodologiche



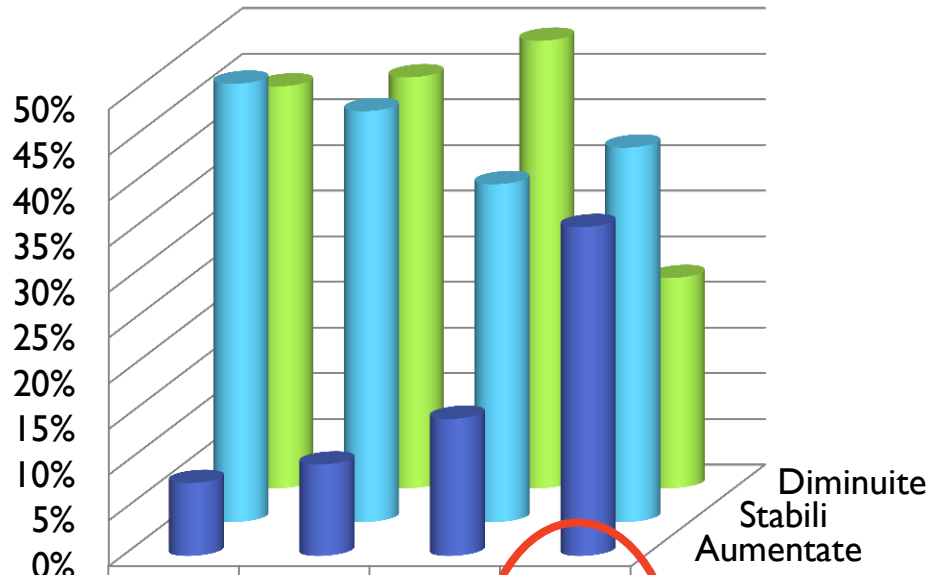
- Il panel è composto da punti vendita di abbigliamento, calzature, accessori, pelletteria, intimo, ecc.
- **Il 76%** dei negozi del panel vende **abbigliamento** e il **15% calzature, il 9% altri beni persona,** ed in particolare intimo e accessori.
- Il 13% dei punti vendita tratta anche bambino (il 7% è specializzato su questo mercato), gli altri trattano solo abbigliamento per adulti. Il 27% tratta solo donna e il 9% solo uomo.
- Il panel risulta quindi rappresentativo e coerente con l'obiettivo della rilevazione.
- I punti vendita sono localizzati nei principali centri urbani della regione, ed in particolare nei capoluoghi delle ex province

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Andamento delle vendite nei saldi estivi

- Il **41%** circa degli operatori ha dichiarato un **andamento stabile delle vendite** rispetto all'anno scorso. Il **36%** circa segnala un **aumento delle vendite**.
- Rispetto all'anno scorso **<u>è più che raddoppiato il numero degli imprenditori che rileva un aumento</u>** (dal 15% nel 2015 si è passati al 36% nel 2016), e si è dimezzato il numero di coloro che hanno segnalato una diminuzione

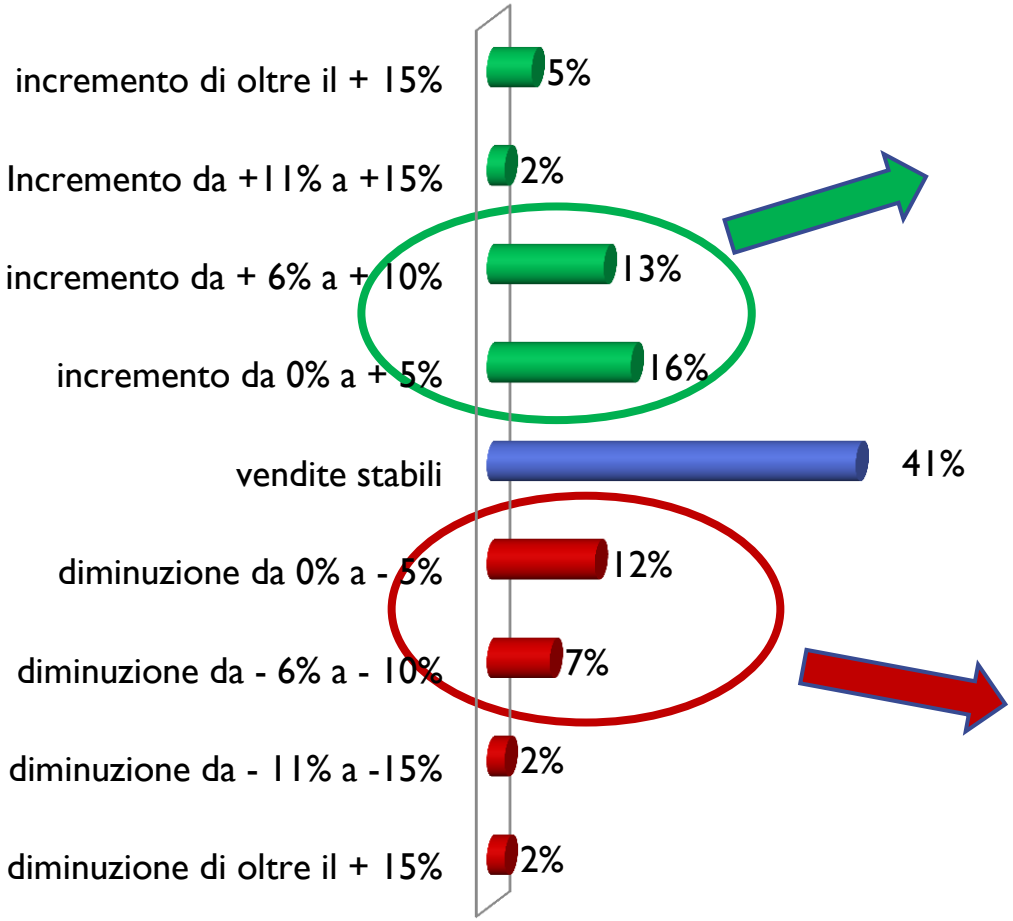
- **Il saldo tra aumenti e diminuzioni, negli ultimi 4 anni è per la prima volta positivo**. (36% - 23% = +13%)



	2013	2014	2015	2016
Aumentate	8%	10%	15%	36%
Stabili	48%	45%	37%	41%
Diminuite	44%	45%	49%	23%

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Andamento in dettaglio delle vendite

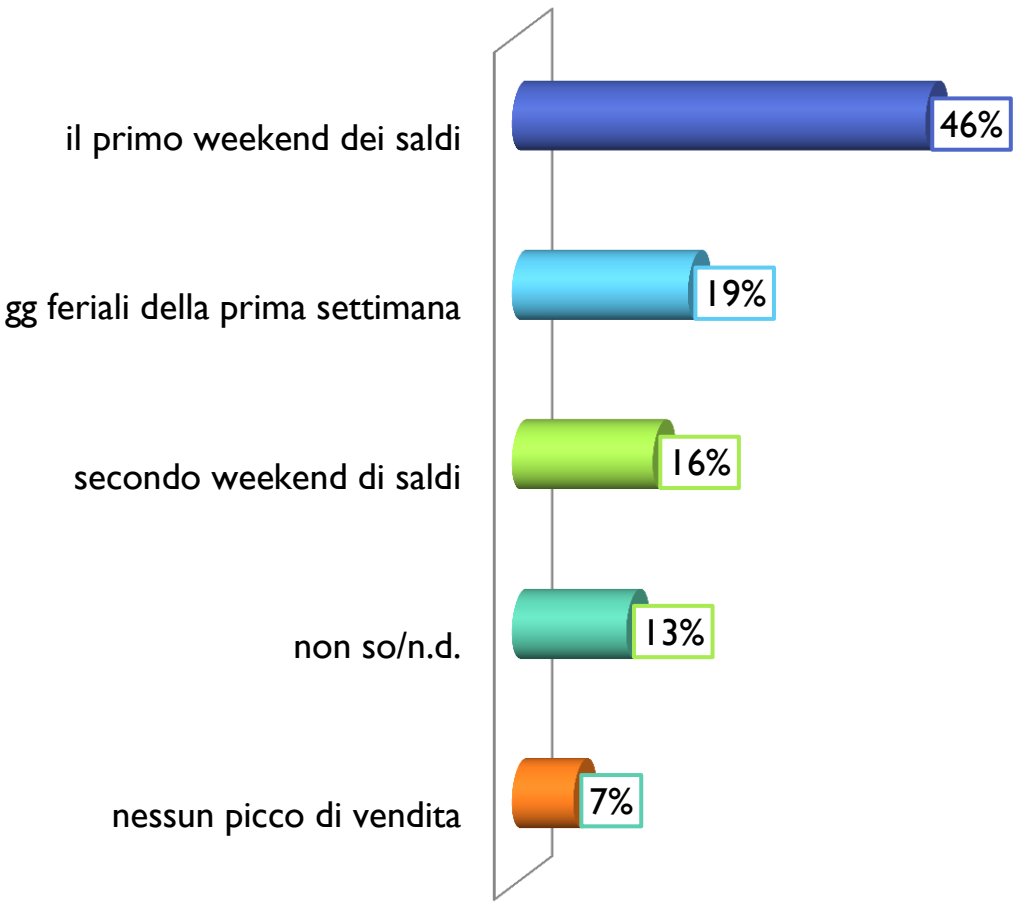


- La maggior parte di chi ha dichiarato vendite in aumento ha rilevato incrementi fino al 10%.

- Specularmente anche coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite hanno segnalato comunque un calo contenuto (inferiore al 10%).

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

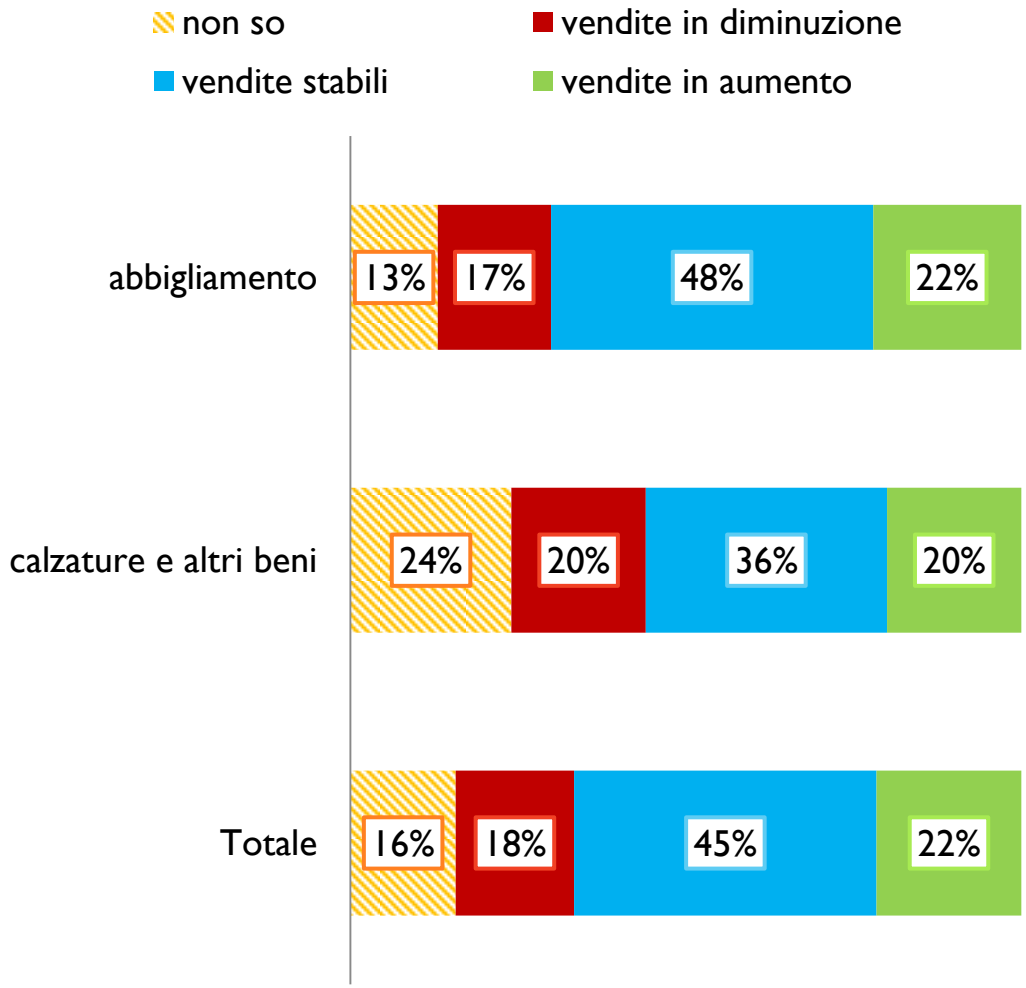
Andamento vendite nei primi giorni – analisi per giorni



- Nel primo weekend di saldi le vendite sono andate molto bene (il 46% degli operatori indica questi giorni come quelli di picco delle vendite).
- Il 19% ha venduto di più durante le giornate infrasettimanali, e il 16% ha avuto i migliori risultati nel secondo weekend.
- Non tutti sono stati in grado di giudicare (i13% hanno risposto non so o ha declinato la domanda) e il 7% ha avuto un andamento stabile lungo tutto il periodo considerato.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

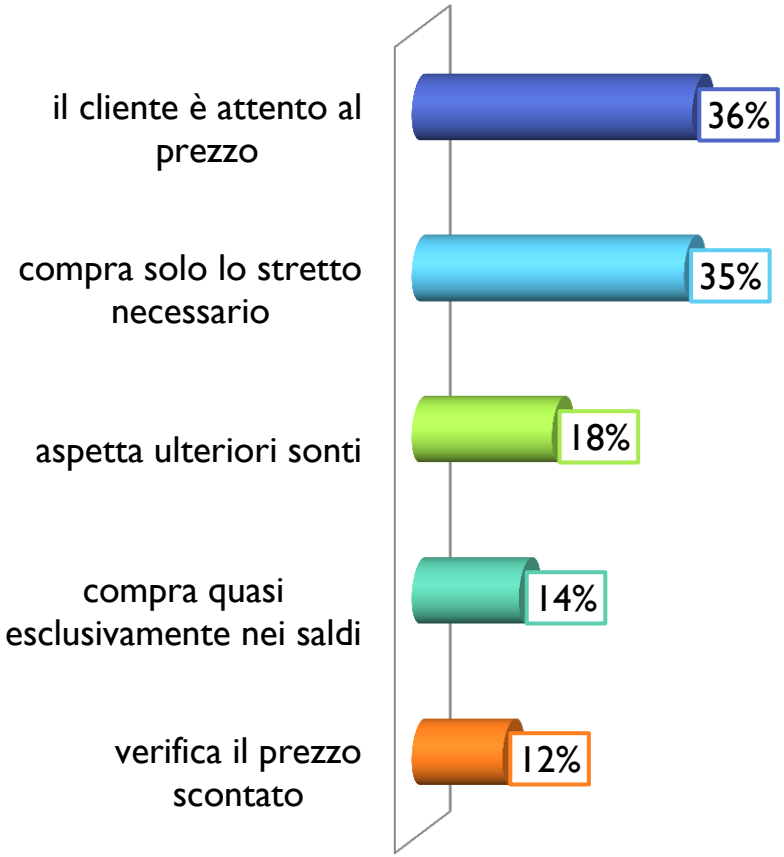
Andamento vendite – **previsioni** per le prossime settimane



- Le previsioni di vendita per le prossime settimane di saldi indicano un atteggiamento prudenziale di stabilità (vendite stabili 45%)
- Sono comunque in numero superiore anche se di poco gli operatori che prevedono un aumento rispetto a quelli che ipotizzano una diminuzione (22% vs 18%)
- Per l'abbigliamento in particolare si prevede una continuità di vendite nelle prossime settimane. Più incerto invece l'andamento degli altri beni persona

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Comportamenti di acquisto



RISPOSTE MULTIPLE

- Gli acquisti sono programmati, limitati allo **stretto necessario (35%) e con un'attenta valutazione dei prezzi (36%).** Viene quindi a mancare l'acquisto d'impulso.
- Un 18% non acquista in attesa di ulteriori ribassi e un altro 12% verifica il prezzo scontato. Il 14% compra quasi esclusivamente nei saldi.
- Il cliente è quindi **sempre più esigente**.

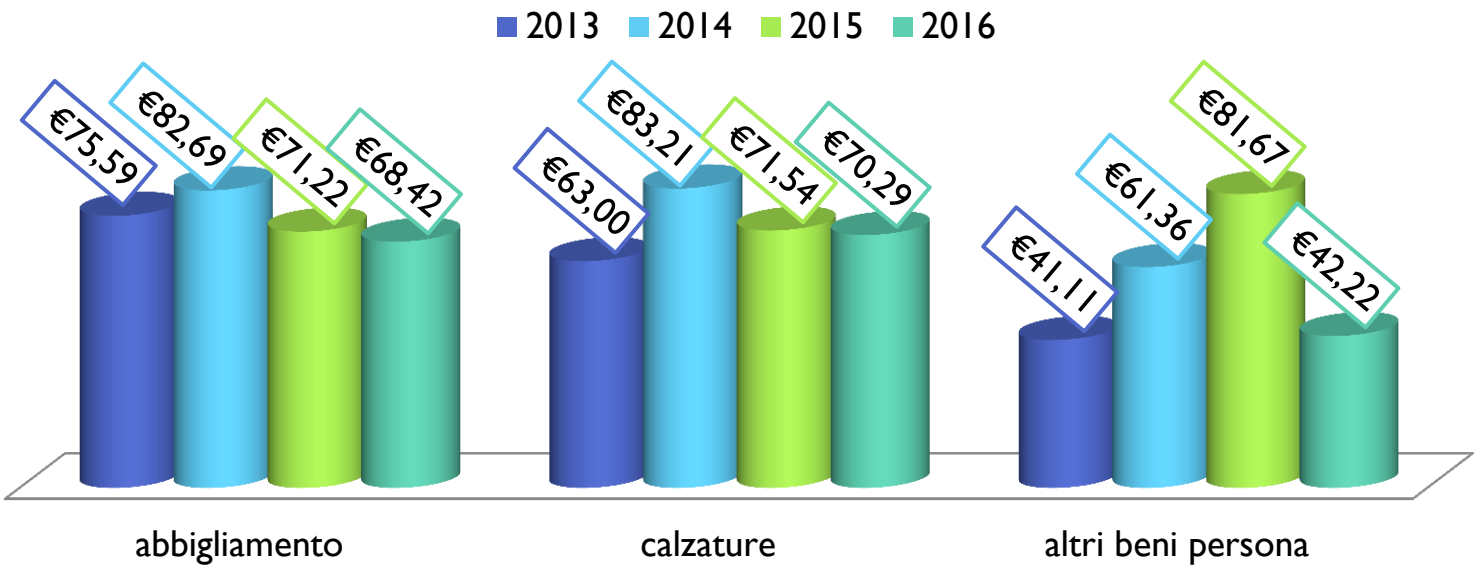
Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

I prodotti più venduti

- Nell'abbigliamento i clienti si sono orientati sull'acquisto di t-shirt, abiti estivi, camicie e costumi. Sandali e scarpe sportive sono i prodotti di punta per le calzature.
- Tra i prodotti di moda pantaloni larghi e zeppe

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

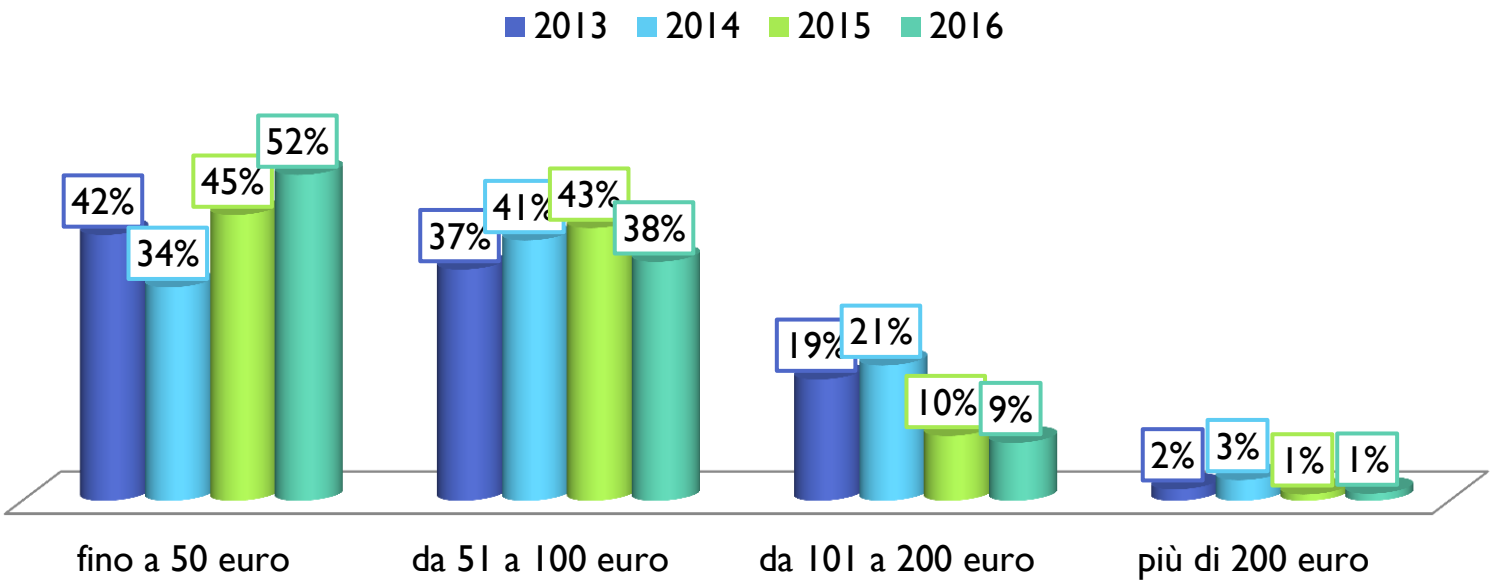
Spesa media pro-capite: confronto 2013 – 2016



- Il **valore** della spesa media pro-capite **è leggermente diminuita** per abbigliamento e calzature rispetto all'anno scorso (gli altri beni sono un raggruppamento disomogeneo negli anni e il confronto di spesa è di difficile lettura); nel **2016 il valore della spesa media pro-capite è di 66 euro.**
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,22 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2015) la spesa per famiglia è di circa 146 euro.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

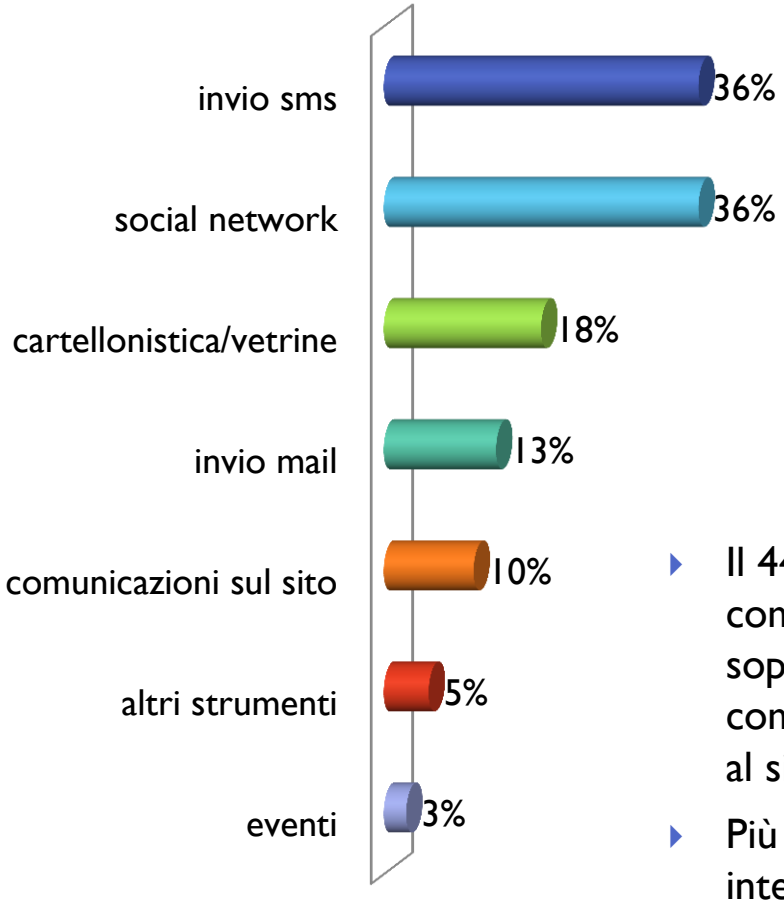
Fasce di spesa media pro-capite: 2013 – 2016

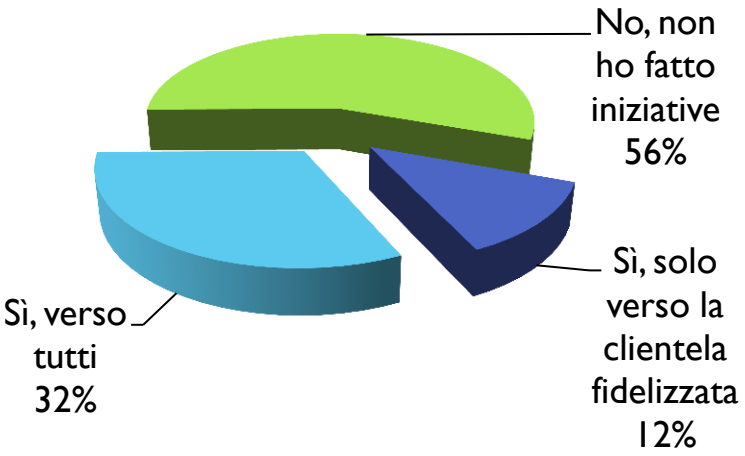


- La spesa **entro i 50 euro è ulteriormente aumentata** nel 2016, rispetto al 2015.
- È diminuita invece la spesa tra i 51 e i 100 euro.
- Gli acquisti si sono quindi polarizzati tra quelli molto economici e quelli di fascia media di prezzo.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Scelte di comunicazione per i saldi estivi





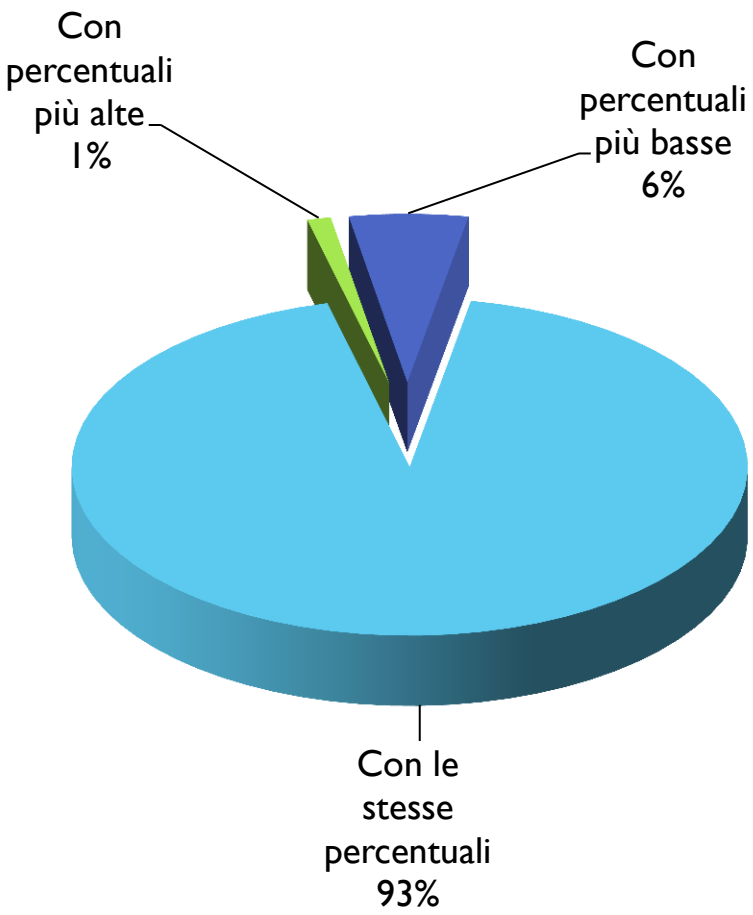
- Il 44% degli operatori ha adottato iniziative di comunicazione pre-saldi. Sono risultate efficaci soprattutto gli strumenti tecnologici come le comunicazioni sui social media, preferiti di gran lunga al sito, i messaggi e le mail alla clientela fidelizzata.
- Più tradizionale, ma diffuso l'uso della cartellonistica interna o in vetrina (18%)

RISPOSTE MULTIPLE, % calcolate su quanti hanno fatto iniziative

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Scontistica applicata ai saldi estivi

- La stragrande maggioranza **(93%)** ha avviato i saldi con la **stessa scontistica dell'anno scorso**.
- Il **6%** ha deciso di partire con percentuali di sconto più basse.



Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi estivi, dati al 11/07

Grazie per l’attenzione