

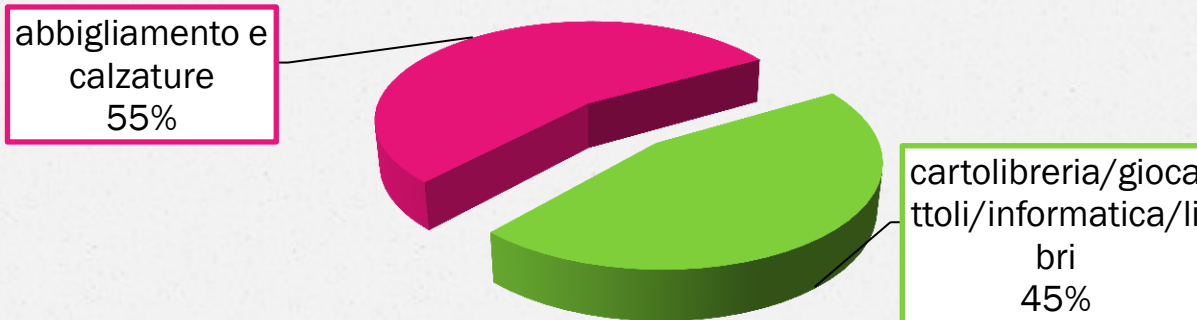


Andamento vendite per l'inizio della scuola



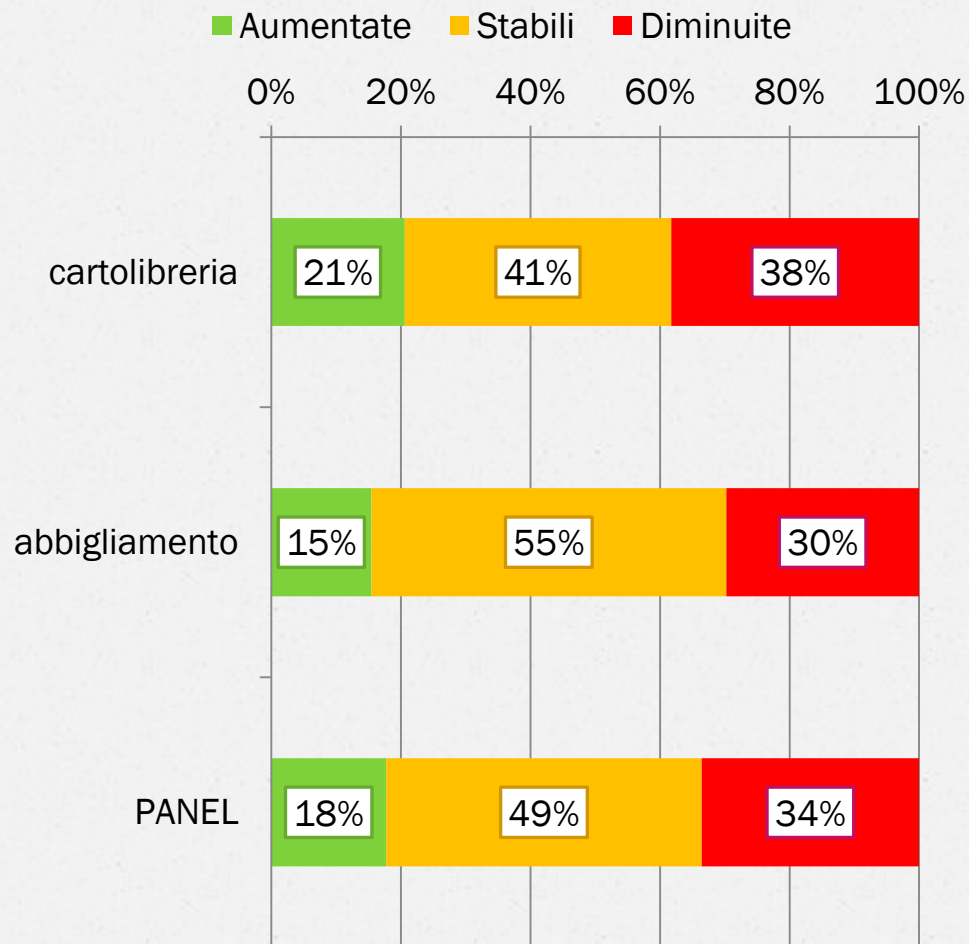
CONGIUNTURA FLASH

Panel e note metodologiche



- o Gli intervistati sono per il 95% titolari dell'azienda o responsabili del punto vendita.
- o Le interviste sono state raccolte nella settimana antecedente e in quella successiva all'inizio della scuola.
- o Il 55% dei negozi del panel vende abbigliamento e/o calzature; di questi circa la metà è specializzato sul segmento bambino.
- o Il 45% vende articoli di cartoleria, giocattoli, libri e prodotti informatici per scuola e ufficio.

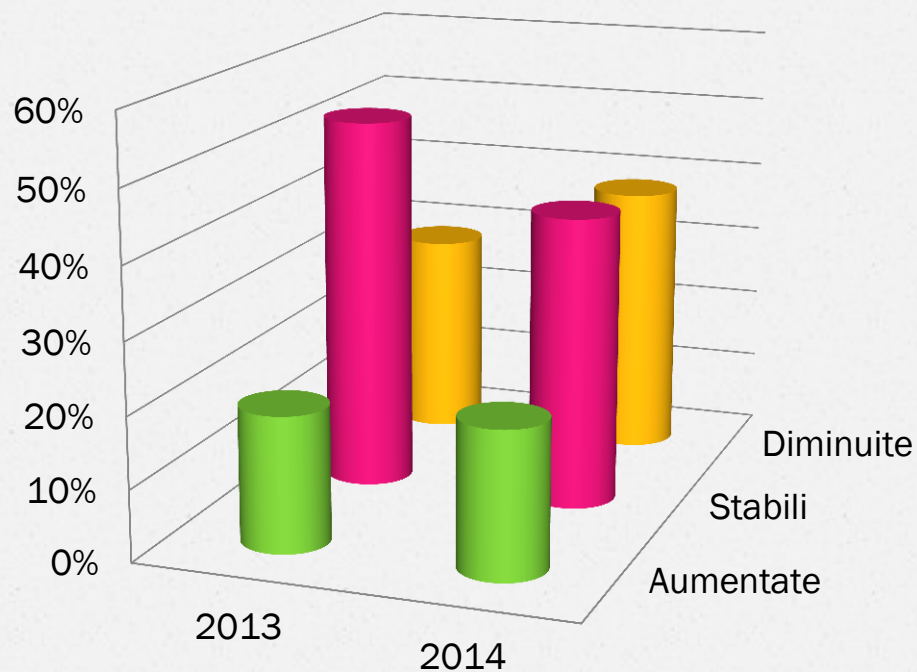
Andamento delle vendite per merceologia



- Per le cartolibrerie si riscontra un **andamento positivo delle vendite per il 21% degli intervistati**, mentre nell'abbigliamento la quota è del 15%.
- A questa fascia di operatori si contrappone però un 38% che ha riscontrato una diminuzione. Si tratta in particolare di operatori meno specializzati sul segmento bambino o scuola.
- Nell'abbigliamento invece ben il 55% indica una stabilità delle vendite rispetto all'anno scorso.

Andamento delle vendite cartolibrerie confronto 2013 e 2014

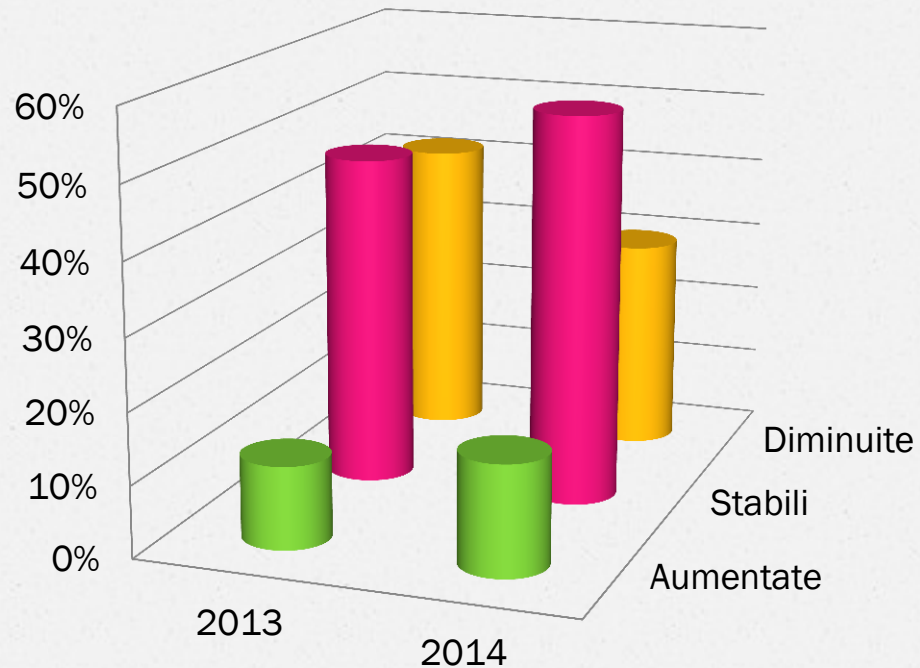
- Nel 2014 aumenta di poco la quota degli imprenditori che hanno dichiarato un incremento delle vendite rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.
- Diminuisce invece il numero di coloro che registrano una stabilità.



	2013	2014
■ Aumentate	19%	21%
■ Stabili	52%	41%
■ Diminuite	29%	38%

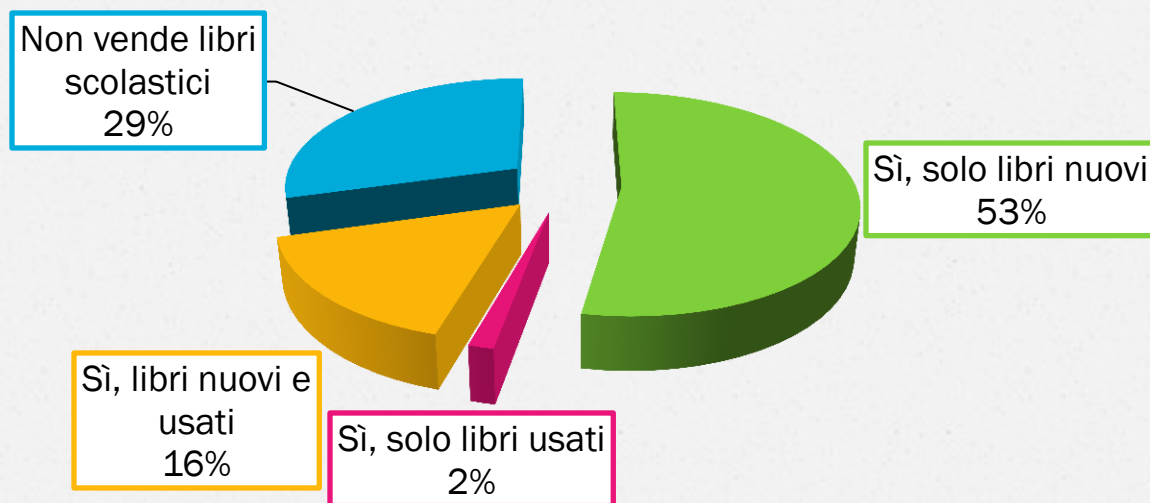
Andamento delle vendite abbigliamento confronto 2013 e 2014

- o Nel 2014 sono aumentati gli imprenditori che hanno dichiarato un andamento delle vendite stabile e in aumento.
- o Il saldo tra aumento delle vendite e diminuzione passa dal -30 al -14.
- o In sintesi l'andamento è ancora negativo ma si registra un miglioramento delle vendite rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.



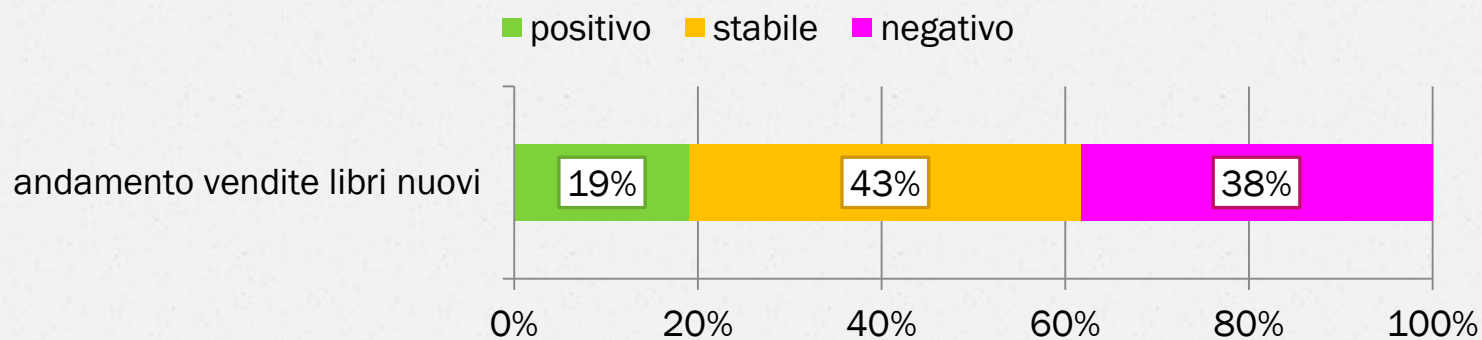
	2013	2014
■ Aumentate	12%	15%
■ Stabili	47%	55%
■ Diminuite	42%	30%

Libri scolastici



- o Il 71% degli intervistati tratta anche testi scolastici.
- o Il 69% tratta libri nuovi (il 53% solo nuovi).
- o Il 18% tratta anche libri usati (solo 1 vende solo usati).

Libri scolastici andamento delle vendite



- Le vendite di testi scolastici nuovi hanno un andamento stabile per il 43% ma negativo per il 38%.
- Le ragioni della diminuzione nelle vendite di libri nuovi sono legate soprattutto alla **concorrenza della grande distribuzione** (34%) e all'aumento degli scambi e delle **vendite dell'usato** (32%). Contribuisce anche la concorrenza delle **vendite online** (23%).
- Il 17% lamenta anche **una marginalità troppo bassa** per dettaglianti tradizionali sui libri nuovi.
- I pochi casi di vendite di libri usati indicano un andamento stabile.

Corredo scolastico: prodotti più venduti

materiale tecnico (compasso,...)

matite e penne

astucci

colori

tablet

zaino

temperini

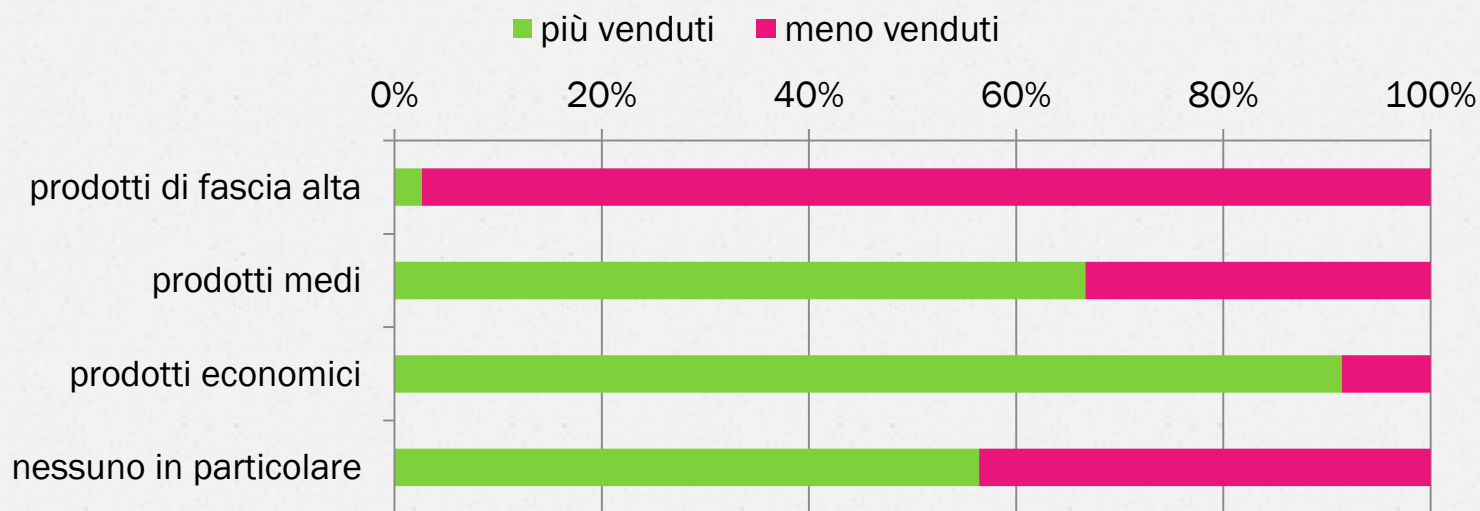
diari

cancelleria

quaderni/raccoglitori

- I prodotti più venduti sono **gli zaini e gli astucci**. La clientela per questo tipo di acquisti ha cercato le marche (citati Seven, Violetta, Eastpack, Invicta e Frozen).
- Gli altri prodotti sono prevalentemente materiali di consumo (quaderni, matite, penne, cancelleria ...).

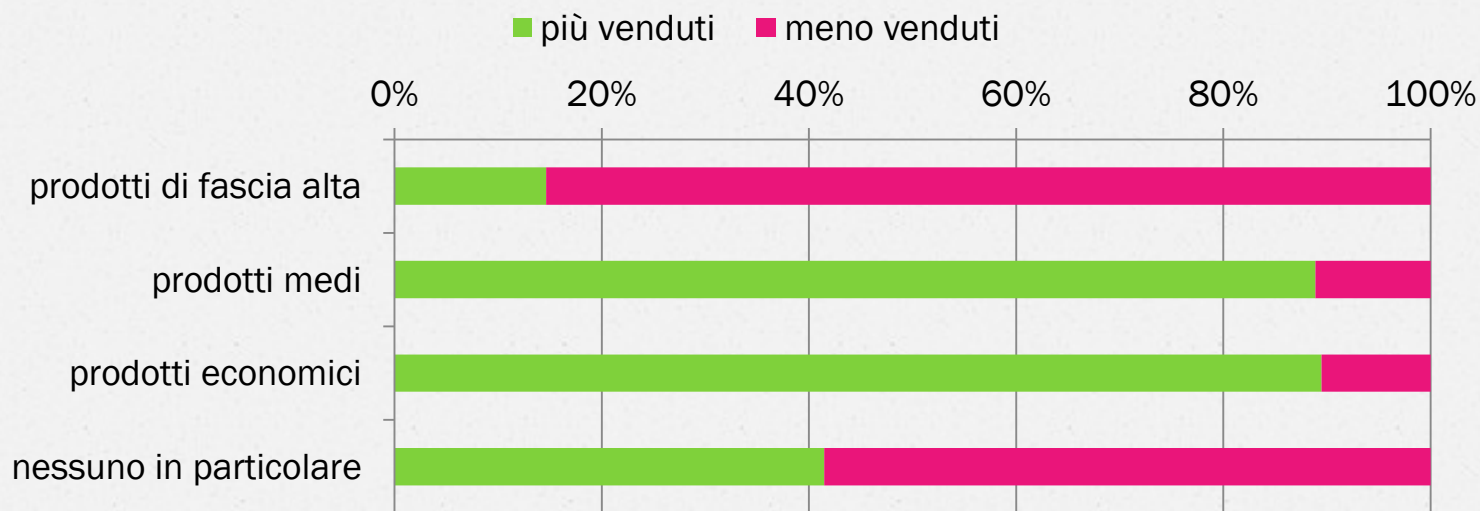
Corredo scolastico: su cosa si spende e su cosa si risparmia



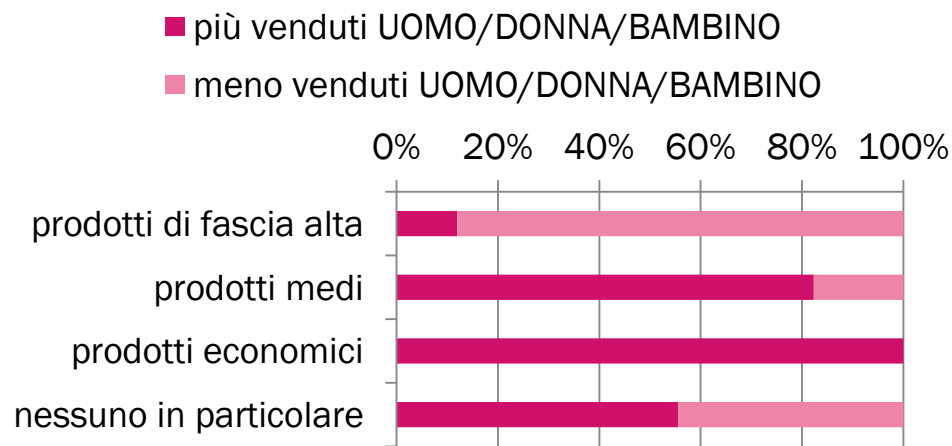
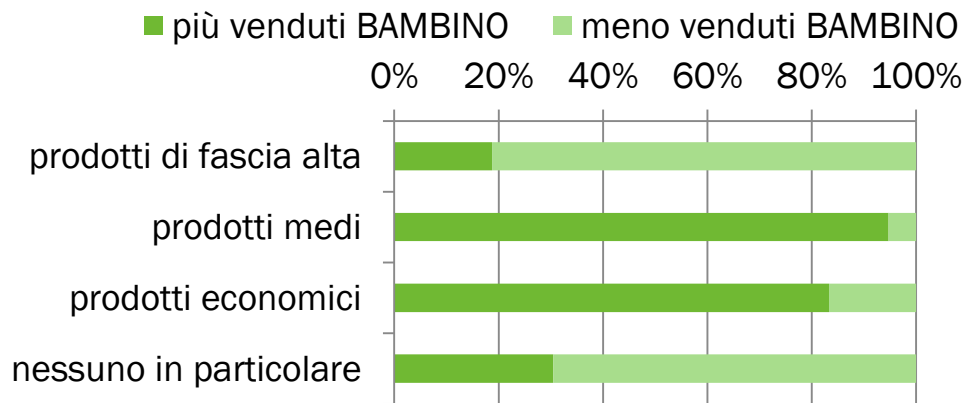
- Sono fortemente diminuite le vendite dei prodotti di prezzo elevato (fascia alta).
- È rilevante soprattutto l'aumento dei prodotti economici.
- Ma sono in aumento anche i prodotti che rientrano nella fascia di prezzo media, questo conferma che la clientela ricerca la convenienza ma con un'attenzione alla qualità.

Abbigliamento e calzature: su cosa si spende e su cosa si risparmia

- Non sono in aumento solo i prodotti economici ma anche quelli medi, che offrono una adeguata combinazione tra prezzo e qualità.
- Questo atteggiamento del consumatore sembra premiare un elemento di servizio e qualità.

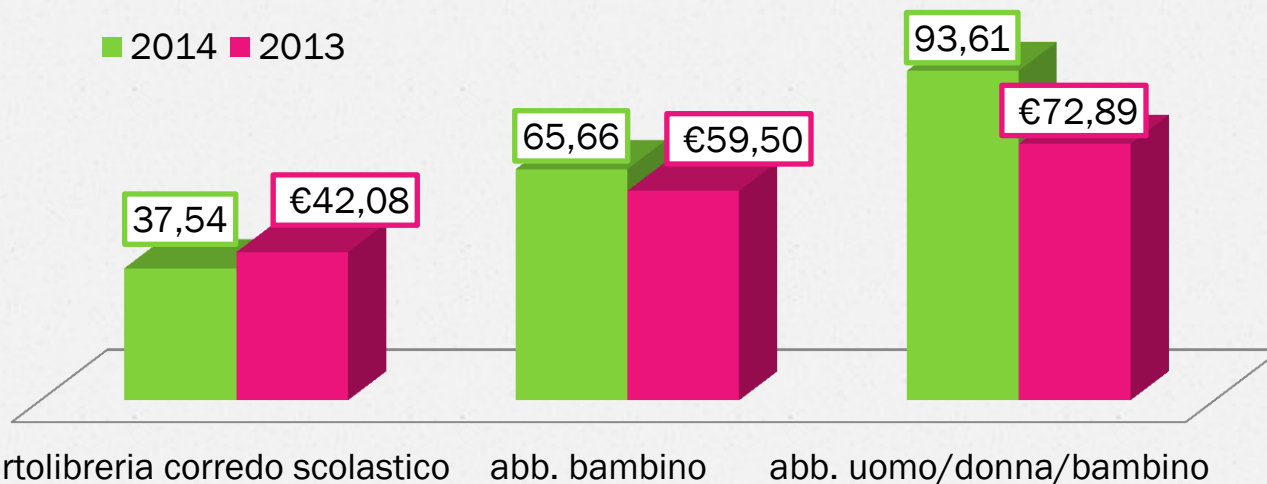


Vendite abbigliamento: confronto tra specializzati bambino e uomo/donna/bambino



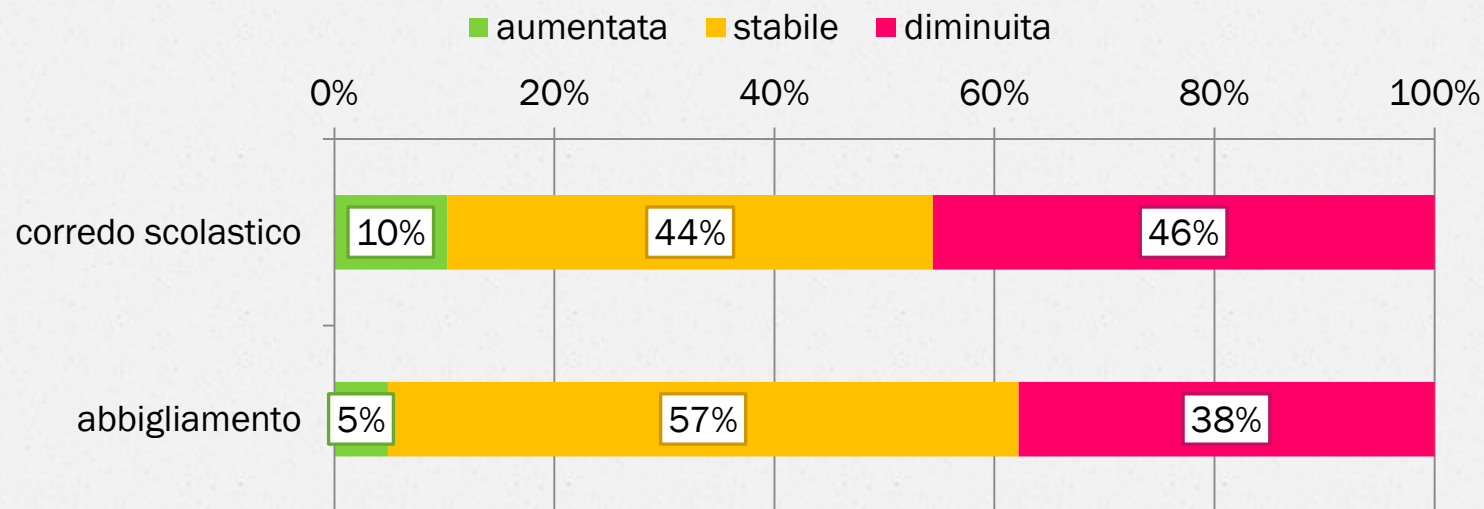
- Gli operatori specializzati sul **segmento bambino** hanno segnalato un **aumento soprattutto dei prodotti medi**.
- Quelli che invece lavorano con uomo/donna/bambino hanno visto un aumento soprattutto delle vendite degli articoli economici.
- Si rileva la propensione a cercare la convenienza ma con una attenzione alla qualità in funzione alla durata dei capi di abbigliamento e calzature dei figli.

Spesa media pro-capite: confronto 2013 e 2014



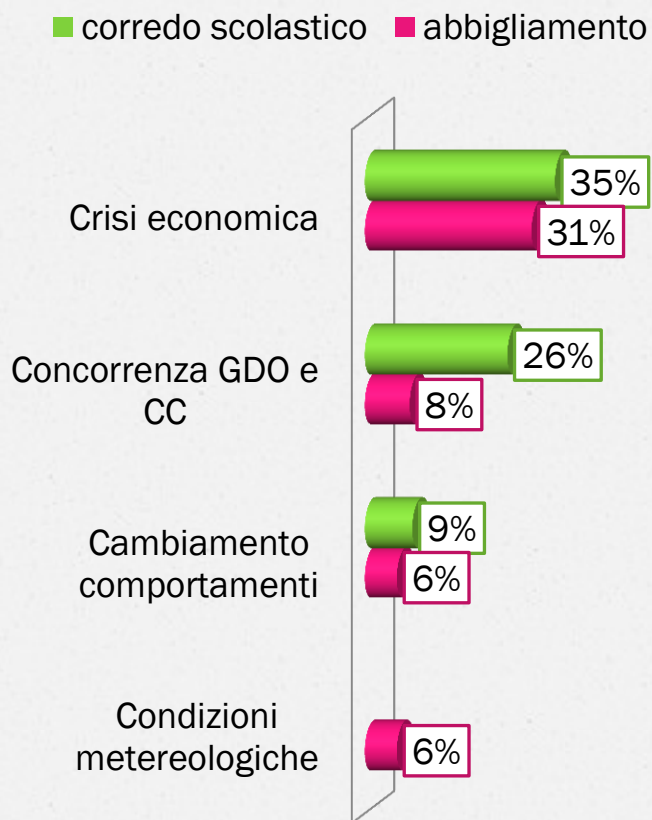
- Il valore della spesa media pro-capite è aumentato rispetto all'anno scorso nell'abbigliamento e calzature, mentre è stabile per il corredo scolastico.
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,23 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2013) la **spesa media per famiglia** per quanto riguarda il **corredo scolastico** è di circa **86 euro**, per l'**abbigliamento e calzature** è in totale **176 euro**.

Andamento della spesa per l'inizio della scuola



- **Il 61% degli operatori di abbigliamento** ha dichiarato un andamento positivo o stabile della spesa dei clienti rispetto all'anno scorso; il **54% per il settore cartolerie**.
- Le valutazioni raccolte non si discostano da quelle rilevate nel 2013, confermando che sia per l'abbigliamento sia per le spese per la scuola, pur in un contesto che resta critico, più della metà degli operatori segnalano una certa stabilità.

Motivi della diminuzione della spesa per l'inizio della scuola

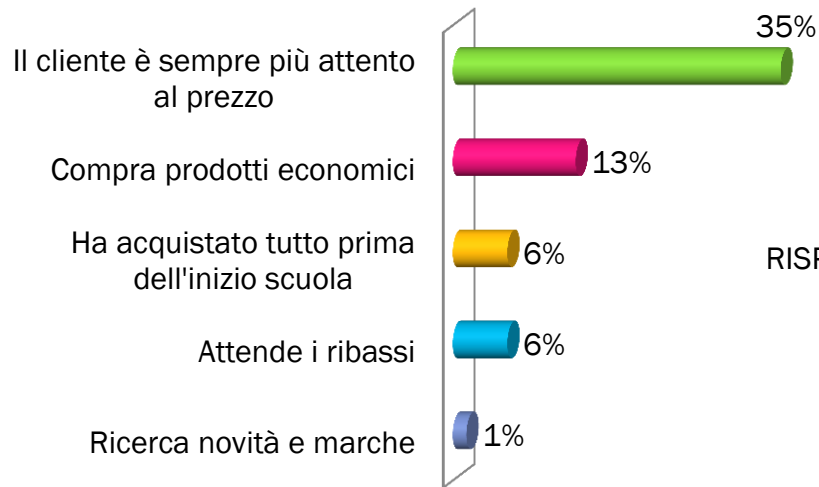


RISPOSTE MULTIPLE

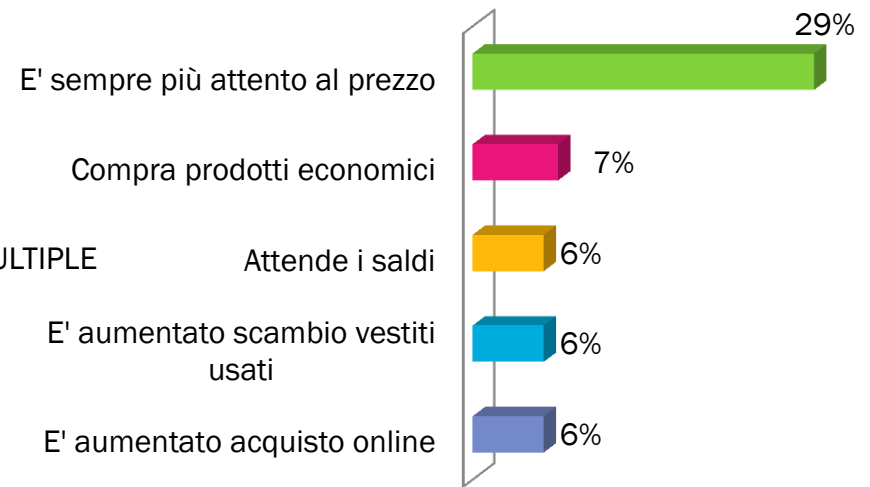
- Gli operatori che hanno dichiarato che la spesa della clientela in questo periodo è diminuita, indicano come causa principale la **crisi economica**.
- Incide però anche la concorrenza di altre formule commerciali che è in particolare indicata come concausa per il corredo scolastico.
- Tra i segnali deboli emerge per l'abbigliamento la variabilità del clima di questo periodo che non favorisce gli acquisti di capi importanti come i capispalla.

Comportamenti di acquisto

corredo scolastico



abbigliamento

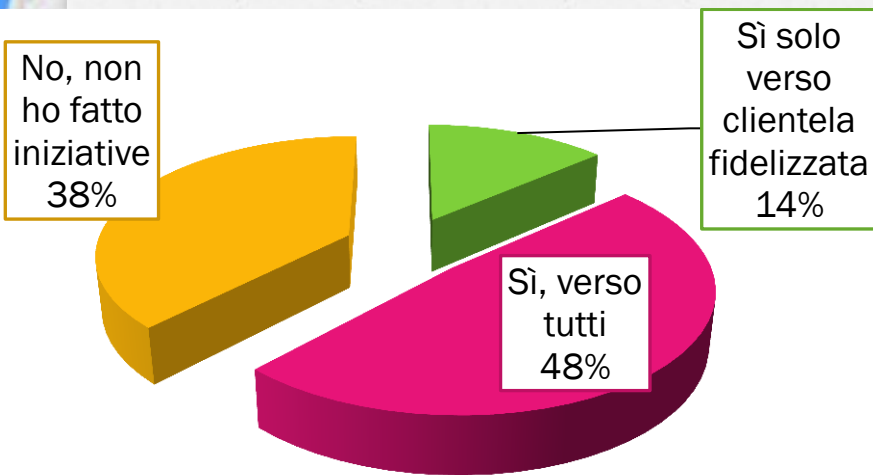


RISPOSTE MULTIPLE

Attende i saldi

- I comportamenti della clientela si sono stabilizzati rispetto agli ultimi anni: infatti solo il 45% ha dichiarato di aver riscontrato qualche nuova tendenza.
- C'è una **precisa scelta di risparmio** sia per il corredo scolastico che per l'abbigliamento (è attento al prezzo, compra prodotti economici, aspetta sconti e saldi, ecc.).
- Tra i segnali deboli per l'abbigliamento emerge la scelta del canale online e una riscoperta dell'usato.

Promozioni per l'avvio scuola nelle cartolibrerie



Sconti sui prodotti per la scuola

41%

Buoni sconto/coupon per successivi acquisti

13%

Concorsi a premi

4%

Kit corredo scolastico

4%

Omaggi/regali

1%

- Il 52% degli operatori ha fatto iniziative promozionali per stimolare le vendite in questo periodo.
- Hanno preferito fare sconti nel 41% dei casi; il 13% ha optato per buoni sui prossimi acquisti.
- Meno utilizzati i concorsi a premi, i kit corredo e gli omaggi.

RISPOSTE MULTIPLE



Congiuntura flash