CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

CONGIUNTURA FLASH ANDAMENTO SALDI ESTIVI 2017 - REPORT

Comitato Direttori
13 luglio 2017

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.

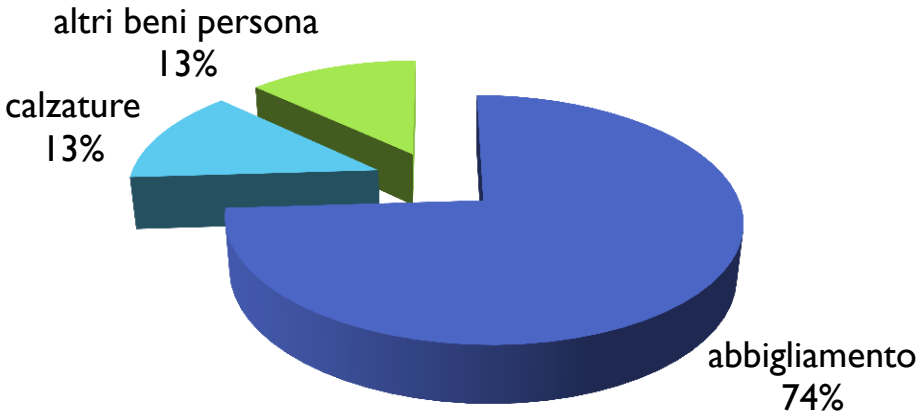
Metodo di rilevazione

- Per i saldi estivi del 2017 i dati sono state raccolti tramite interviste dei funzionari Confcommercio o questionario on line

Risultati attesi

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

Panel e note metodologiche



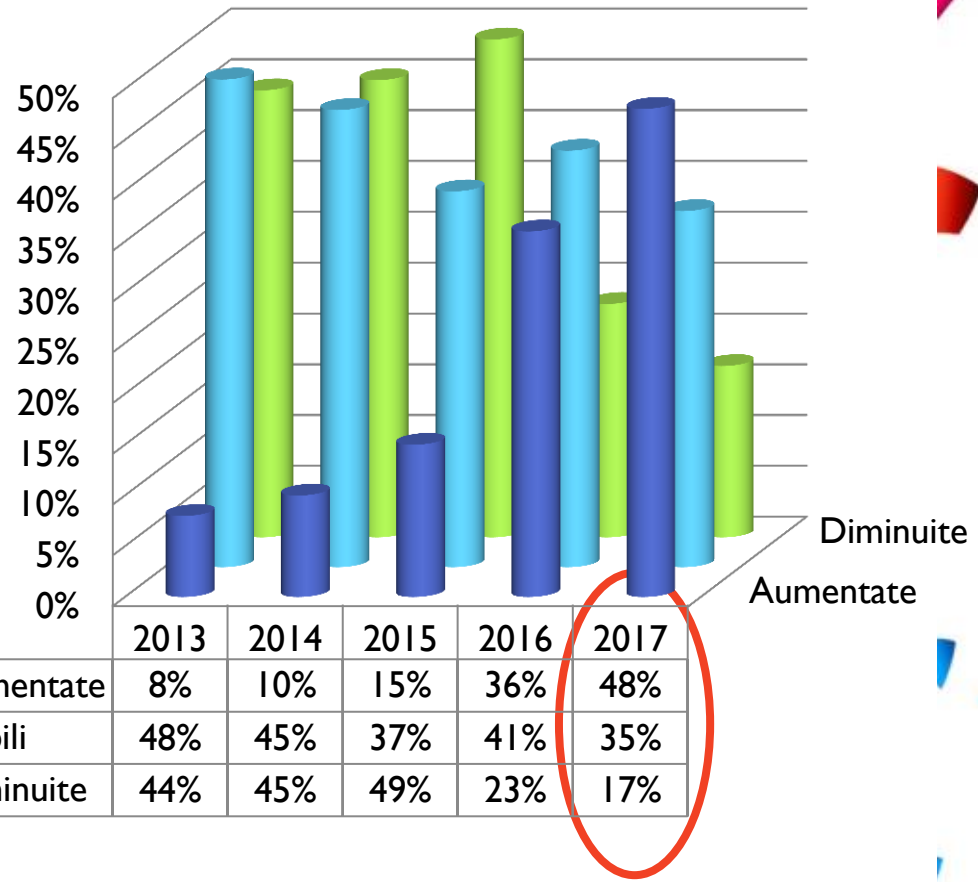
- Il panel è composto da punti vendita di abbigliamento, calzature, accessori, pelletteria, intimo, ecc.
- **Il 74%** dei negozi del panel vende **abbigliamento** e il **13% calzature, il 13% altri beni persona**.
- Il 14% dei punti vendita tratta anche bambino (il 6% è specializzato su questo mercato), gli altri trattano solo abbigliamento per adulti. Il 34% tratta solo donna e il 4% 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 di provincia

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

Andamento delle vendite nei saldi estivi

- Il **35%** circa degli operatori ha dichiarato un **andamento stabile delle vendite** rispetto all'anno scorso. Il **48%** circa segnala un **aumento delle vendite**.
- Rispetto all'anno scorso **è aumentato il numero degli imprenditori che rileva un aumento** (dal 36% nel 2016 si è passati al 48% nel 2017), ed è diminuito il numero di coloro che hanno segnalato un calo delle vendite

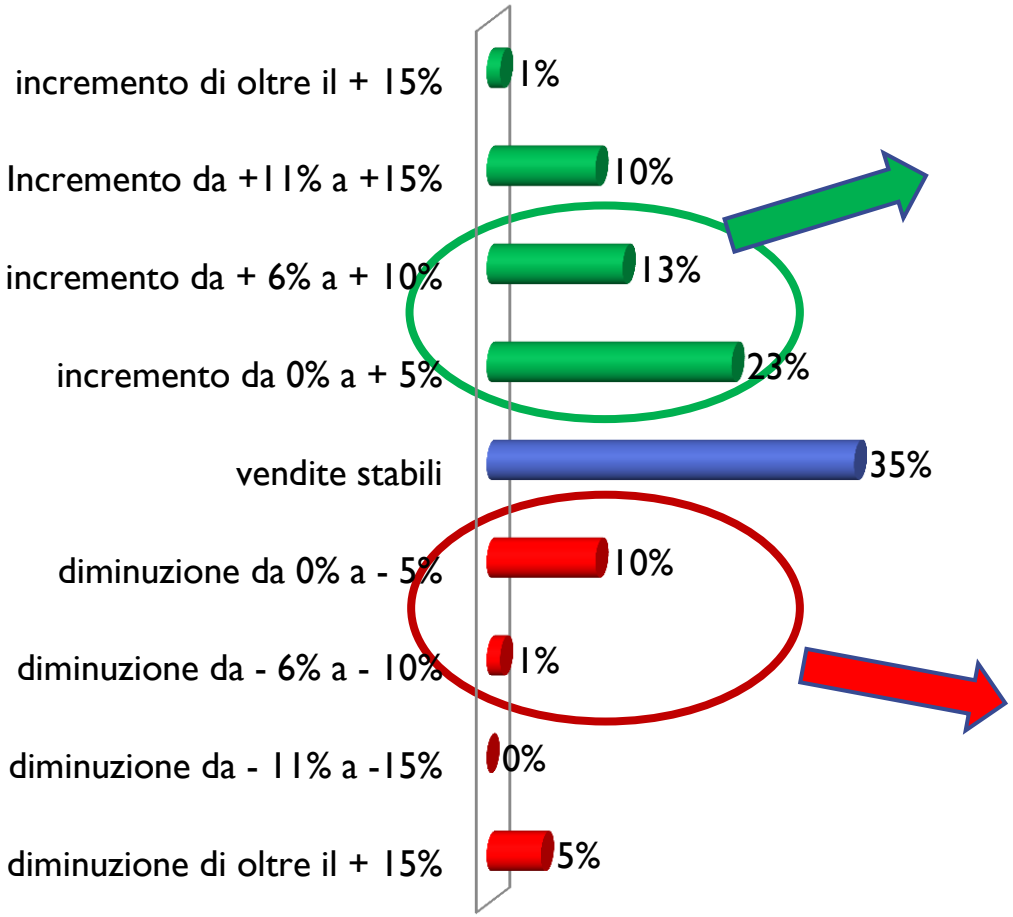
- **Si conferma l'inversione di tendenza del 2016, il saldo tra aumenti e diminuzioni, è positivo** (48% - 17% = +31%)



	2013	2014	2015	2016	2017
Aumentate	8%	10%	15%	36%	48%
Stabili	48%	45%	37%	41%	35%
Diminuite	44%	45%	49%	23%	17%

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

Andamento in dettaglio delle vendite

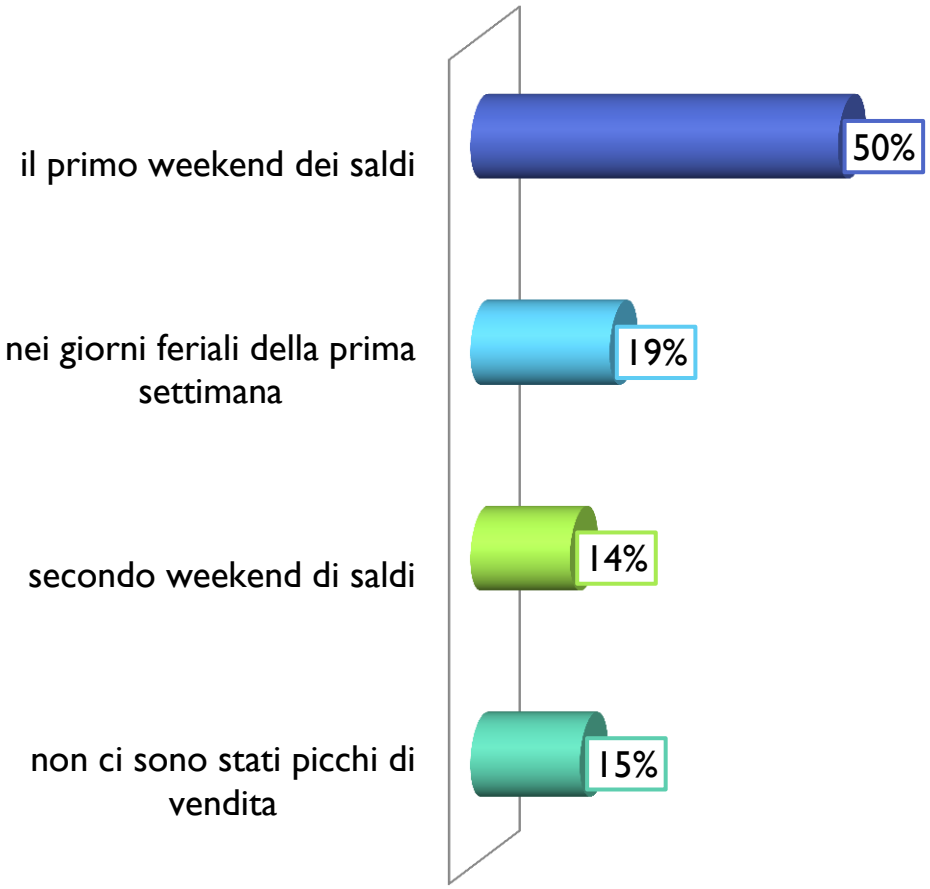


- La maggior parte di chi ha dichiarato vendite in aumento ha rilevato incrementi fino al 10%.

- Specularmente anche coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite hanno segnalato comunque un calo contenuto (inferiore al 5%).

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

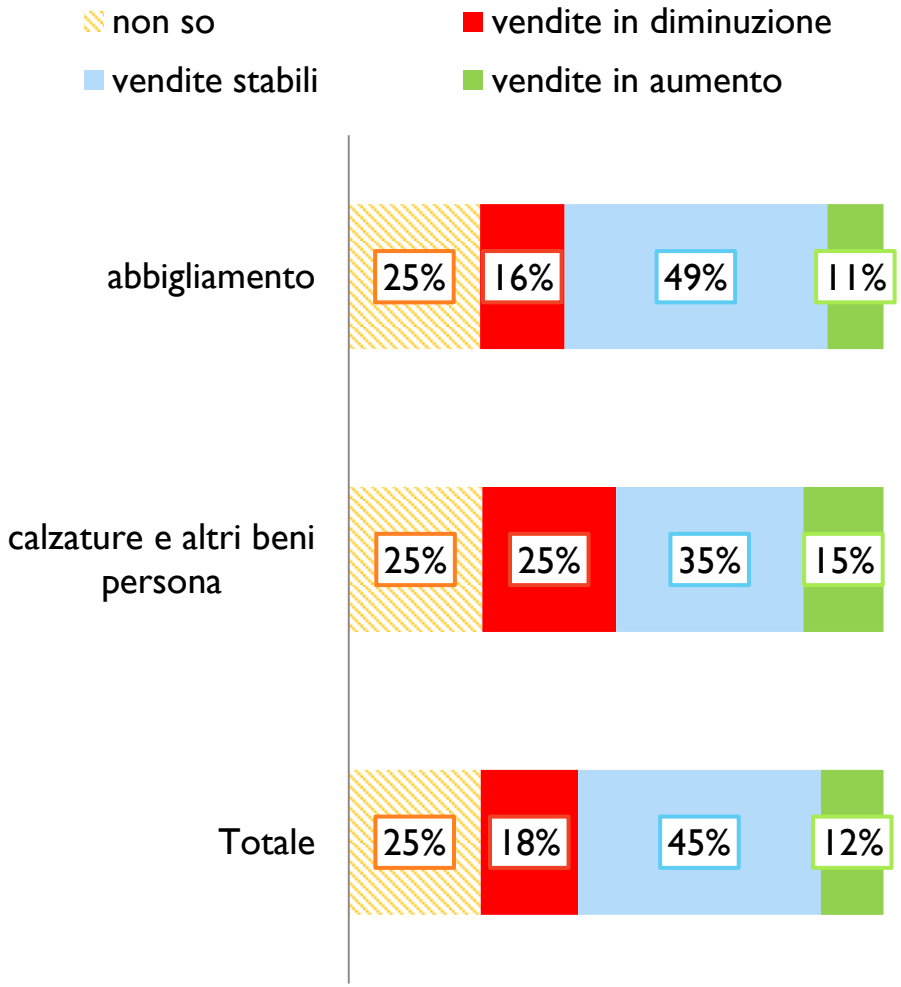
Andamento vendite nei primi giorni – analisi per giorni



- Nel primo weekend di saldi le vendite sono andate molto bene (il 50% degli operatori indica questi giorni come quelli di picco delle vendite).
- Il 19% ha venduto di più durante le giornate infrasettimanali, e il 14% ha avuto i migliori risultati nel secondo weekend.
- Il 15% ha segnalato un andamento omogeneo delle vendite in questi primi 10 giorni di saldi
- Il gran caldo ha comunque influito sul comportamento della clientela, oltre che sulla scelta dei capi da acquistare

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

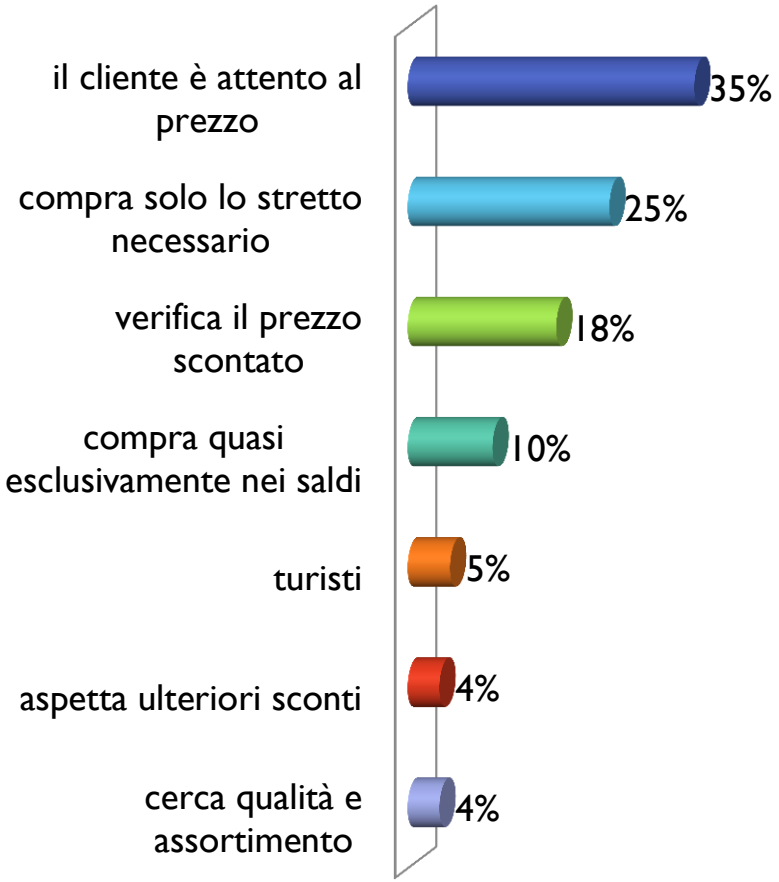
Andamento vendite – **previsioni** per le prossime settimane



- 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 una diminuzione rispetto a quelli che ipotizzano un aumento (18% vs 12%)
- 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

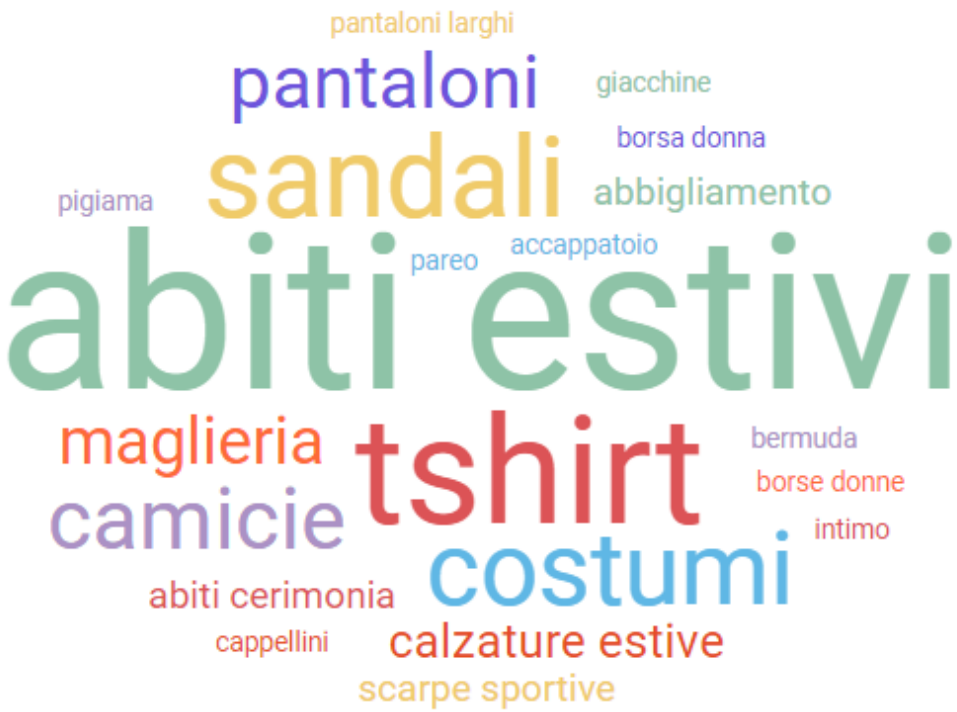


RISPOSTE MULTIPLE

- I clienti hanno un atteggiamento di **attenta valutazione dei prezzi (35%).** Gli acquisti sono limitati allo **stretto necessario (25%).** Viene quindi a mancare l'acquisto d'impulso tipico dei saldi.
- Il 18% verifica il prezzo scontato e qualcuno ha segnalato che si informa anche sul web. Il 10% compra quasi esclusivamente nei saldi.
- In alcune realtà anche i turisti si sono dedicati allo shopping nei saldi (5%) Un altro 4% non acquista in attesa di ulteriori ribassi .
- Le alte temperature hanno inciso sui comportamenti, disincentivando la funzione ludica dello shopping nei saldi.

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

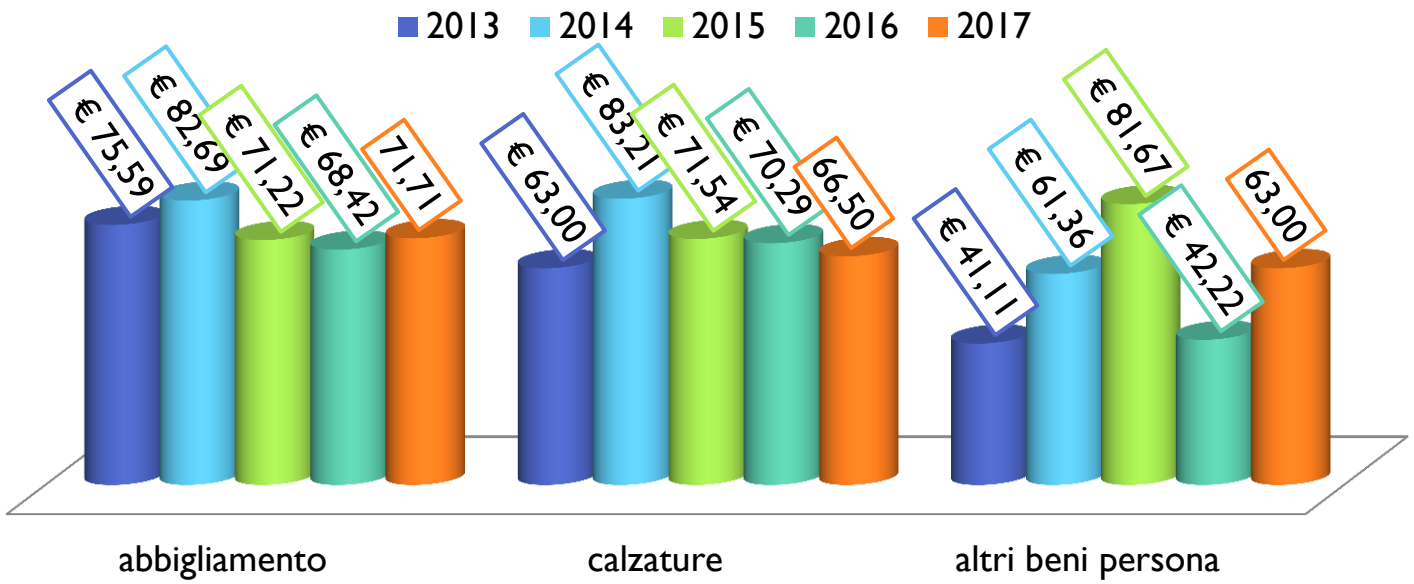
I prodotti più venduti



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

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

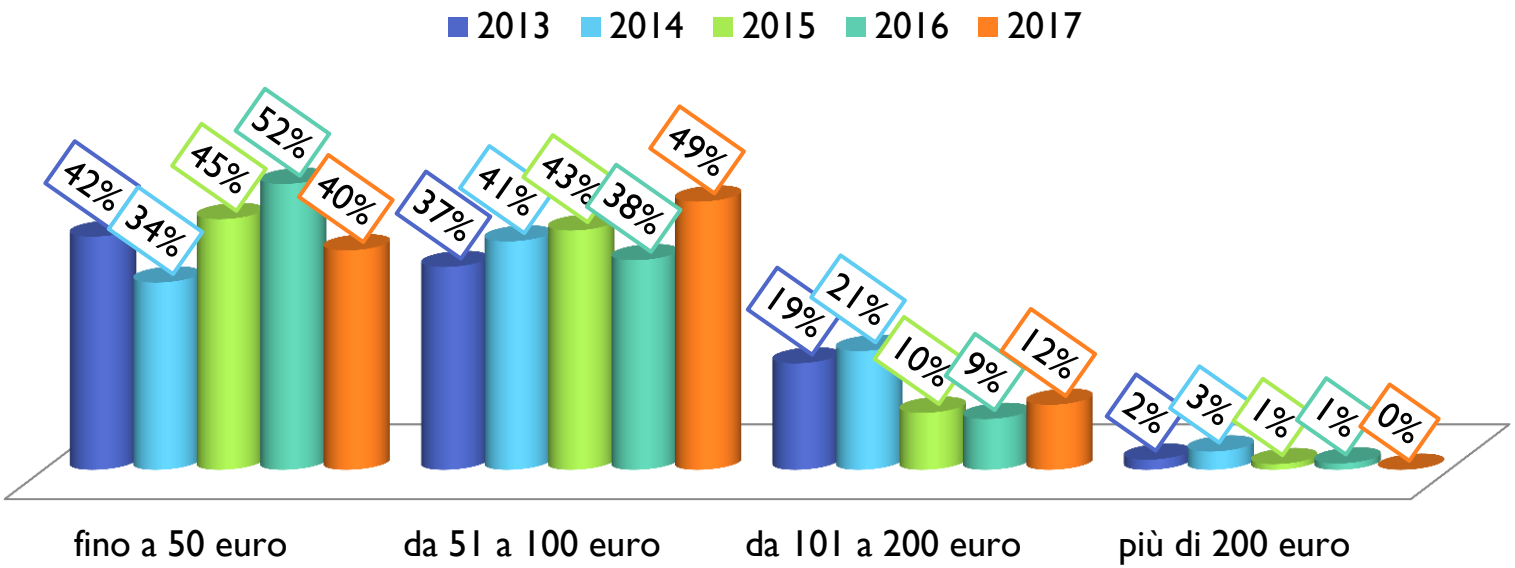
Spesa media pro-capite: confronto 2013 – 2017



- Il **valore** della spesa media pro-capite **è stabile** per abbigliamento e calzature rispetto all'anno scorso; nel **2017 il valore medio della spesa media pro-capite è di circa 70 euro.** Il dato è coerente con il tipo di prodotti venduti in prevalenza: abitini, tshirt e sandali
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,21 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2016) la spesa per famiglia è di circa 155 euro.

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

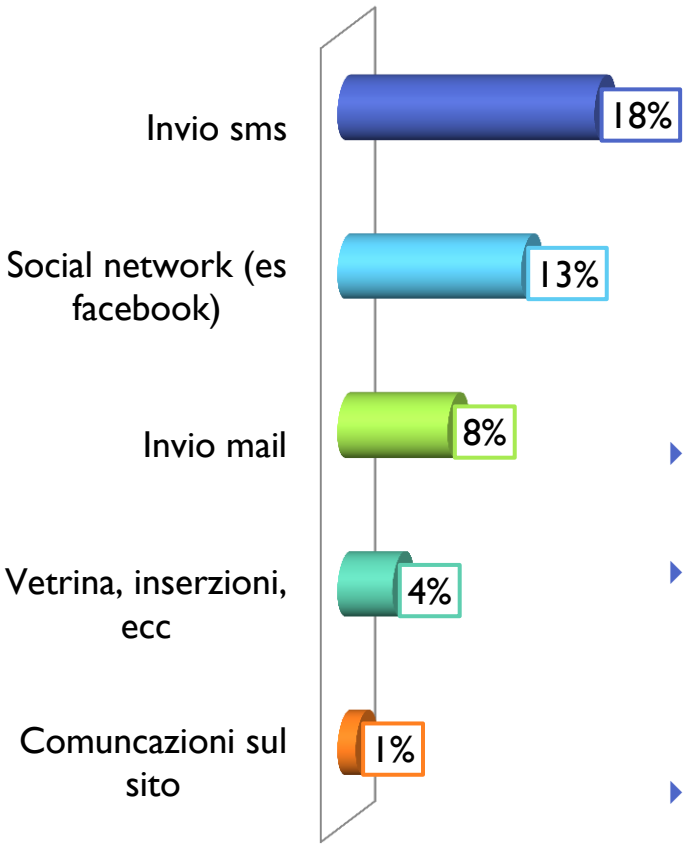
Fasce di spesa media pro-capite: 2013 – 2017

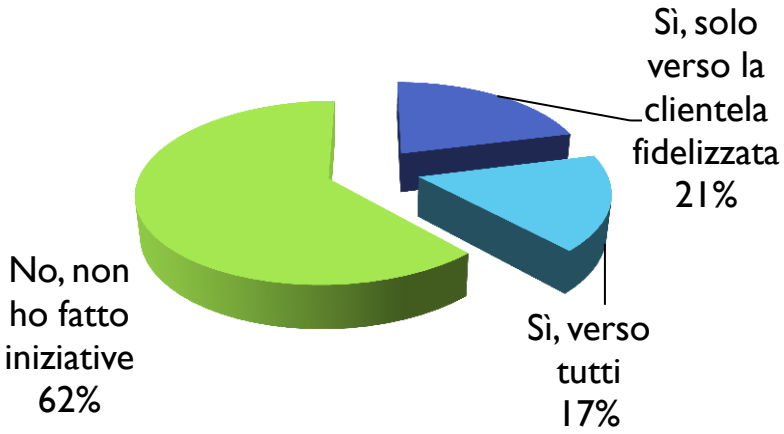


- La spesa **entro i 50 euro è diminuita** nel 2017, rispetto al 2016.
- È aumentata invece la spesa tra i 51 e i 100 euro.
- Gli acquisti si sono quindi polarizzati sulla fascia media di prezzo.

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

Scelte di comunicazione per i saldi estivi





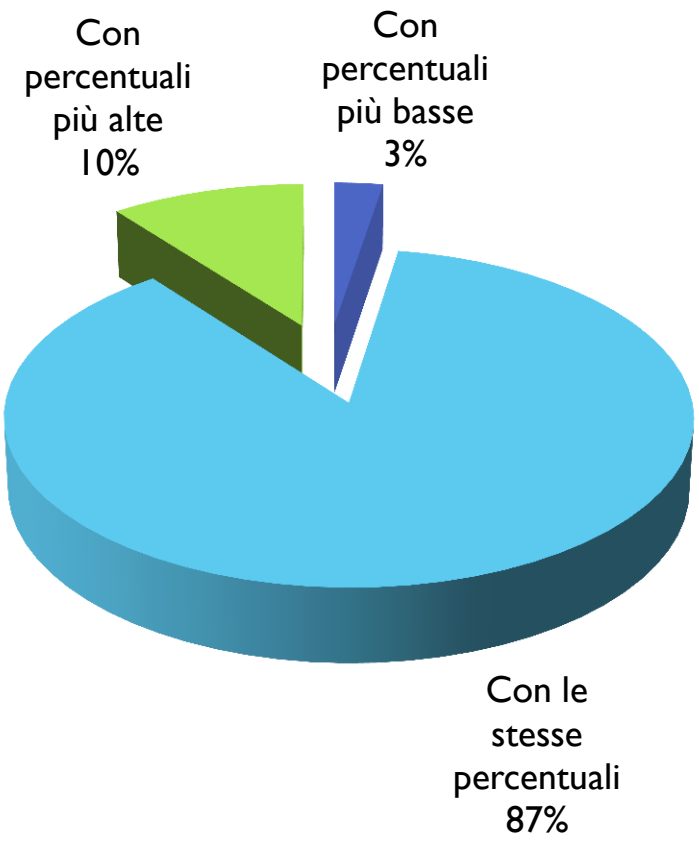
- Il 39% degli operatori ha adottato iniziative di comunicazione pre-saldi.
- Sono risultati efficaci soprattutto gli strumenti tecnologici come le comunicazioni via sms e sui social media, preferiti di gran lunga al sito, e le mail alla clientela fidelizzata.
- Le altre forme di comunicazione più tradizionali sono marginali (4%)

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 **(87%)** ha avviato i saldi con la **stessa scontistica dell'anno scorso**.
- Solo il 3% 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