



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

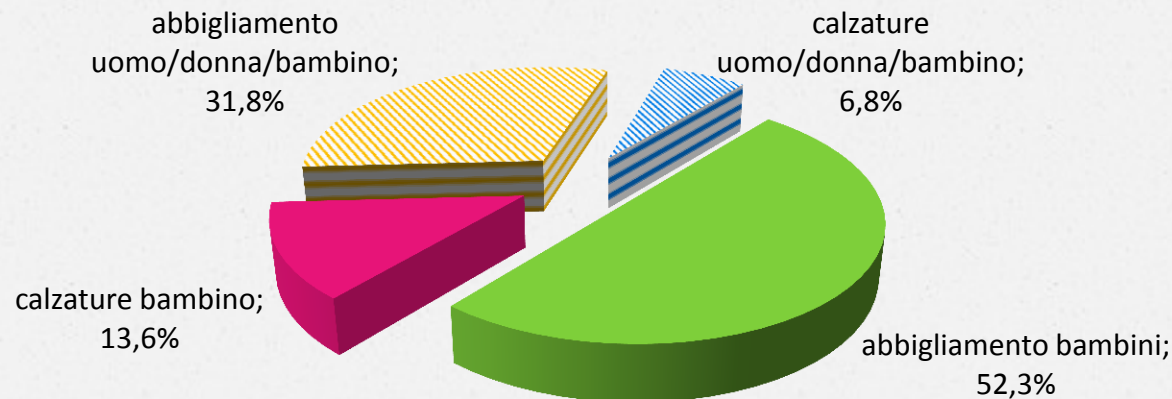


ISCOM
GROUP

Andamento vendite per l'inizio della scuola

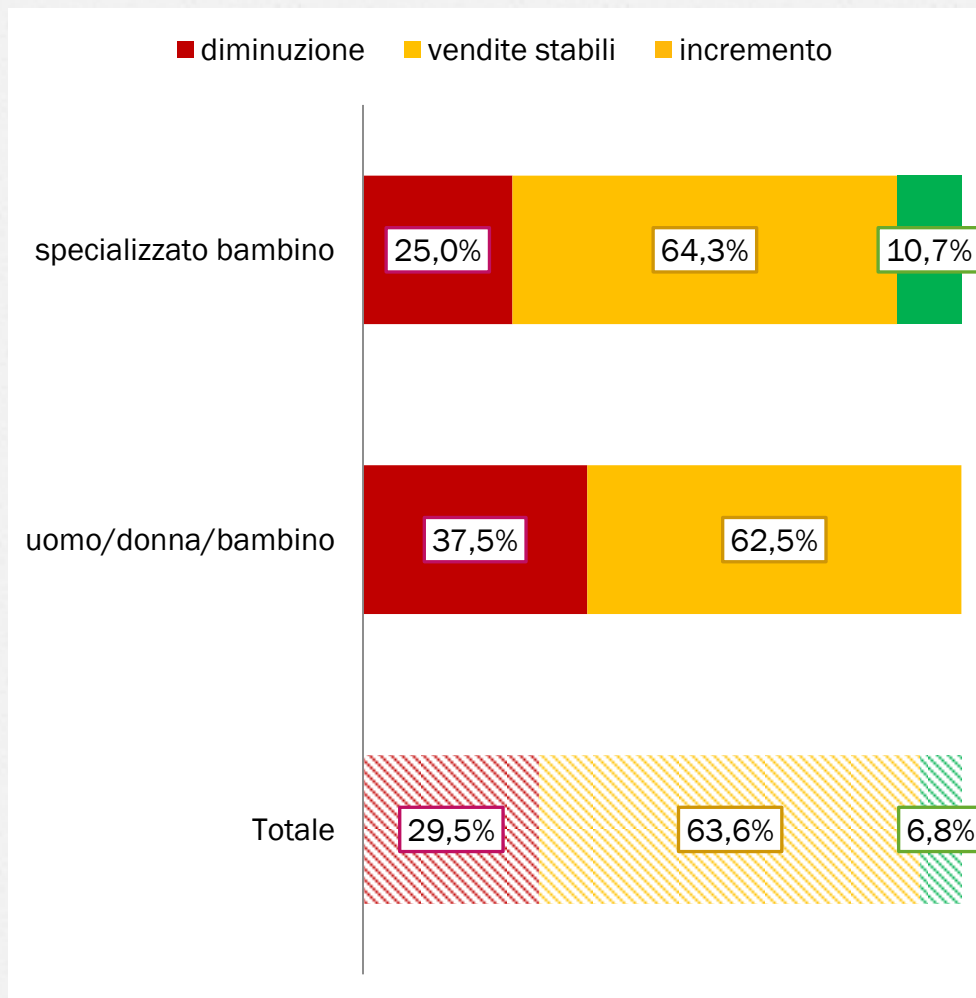
CONGIUNTURA FLASH

Panel e note metodologiche



- o Gli intervistati sono per il 98% titolari dell'azienda o responsabili del punto vendita.
- o Le interviste sono state raccolte nella settimana di inizio della scuola e nelle due successive.
- o Il 64% dei negozi del panel vende abbigliamento e/o calzature per bambini
- o Il restante 36% serve uomo/donna/bambino

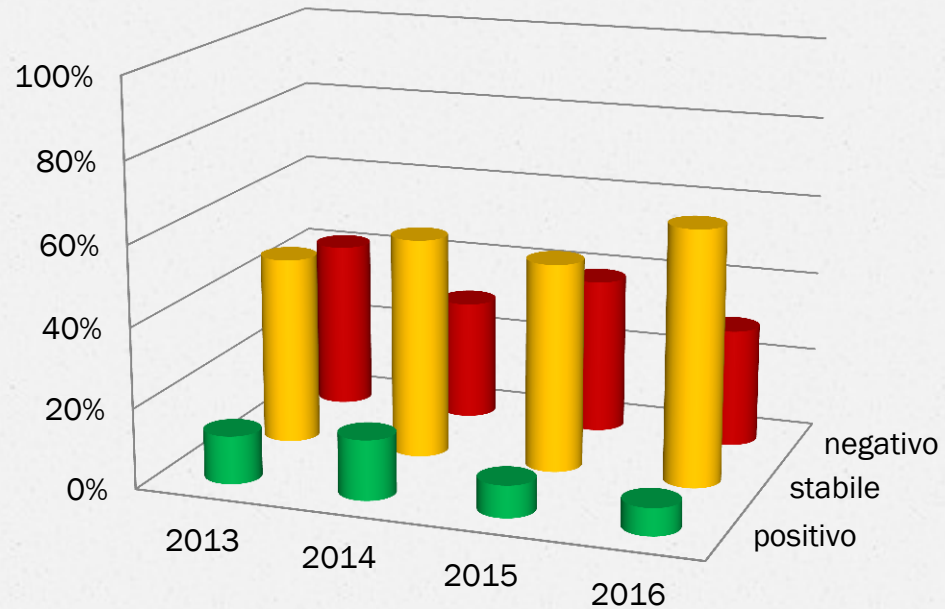
Andamento delle vendite per merceologia



- Oltre il 63% degli operatori ha dichiarato un andamento stabile e solo il 29,5% in diminuzione.
- L'andamento stabile caratterizza sia gli specializzati bambino che l'abbigliamento/calzature in generale.
- Nell'abbigliamento specializzato sul bambino il 11% degli operatori ha dichiarato un andamento positivo

Andamento delle vendite abbigliamento confronto 2013, 2014 e 2015

- o Nel 2016 gli imprenditori che hanno dichiarato un andamento delle vendite in aumento sono sostanzialmente stabili rispetto all'anno scorso.
- o Il saldo tra aumento e diminuzione delle vendite (-23) indica una valutazione negativa.
- o Si riscontra però un leggero miglioramento rispetto all'anno scorso dato che è diminuita la quota delle valutazioni negative



	2013	2014	2015	2016
■ positivo	12%	15%	8%	7%
■ stabile	47%	55%	52%	64%
■ negativo	42%	30%	39%	30%

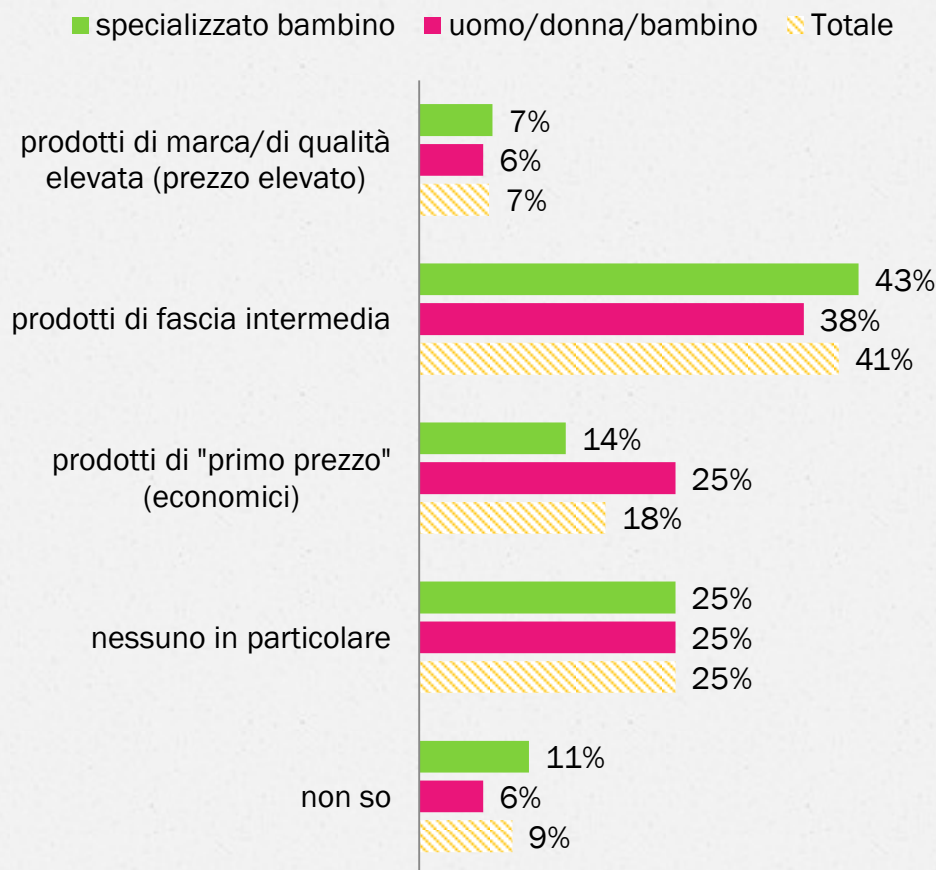
Abbigliamento: prodotti più venduti



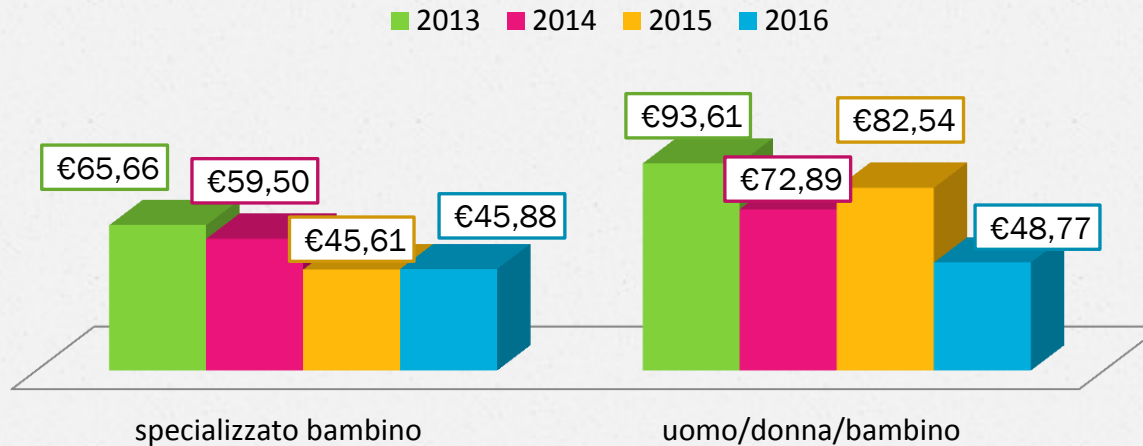
- o Sono stati venduti soprattutto tute da ginnastica, scarpe da tennis, sneakers o sportive in generale e magliette.
- o Si tratta di capi di abbigliamento **da tutti i giorni** che non implicano una spesa elevata.
- o Complice la bella stagione non sono stati citati i capispalla

Abbigliamento e calzature: su cosa si spende di più

- o Sono in aumento soprattutto i prodotti di fascia intermedia, che offrono una adeguata combinazione tra prezzo e qualità.
- o Questo atteggiamento del consumatore sembra premiare un elemento di servizio e qualità.
- o I consumatori sono disposti a spendere un po' di più per le scarpe e per i capispalla.

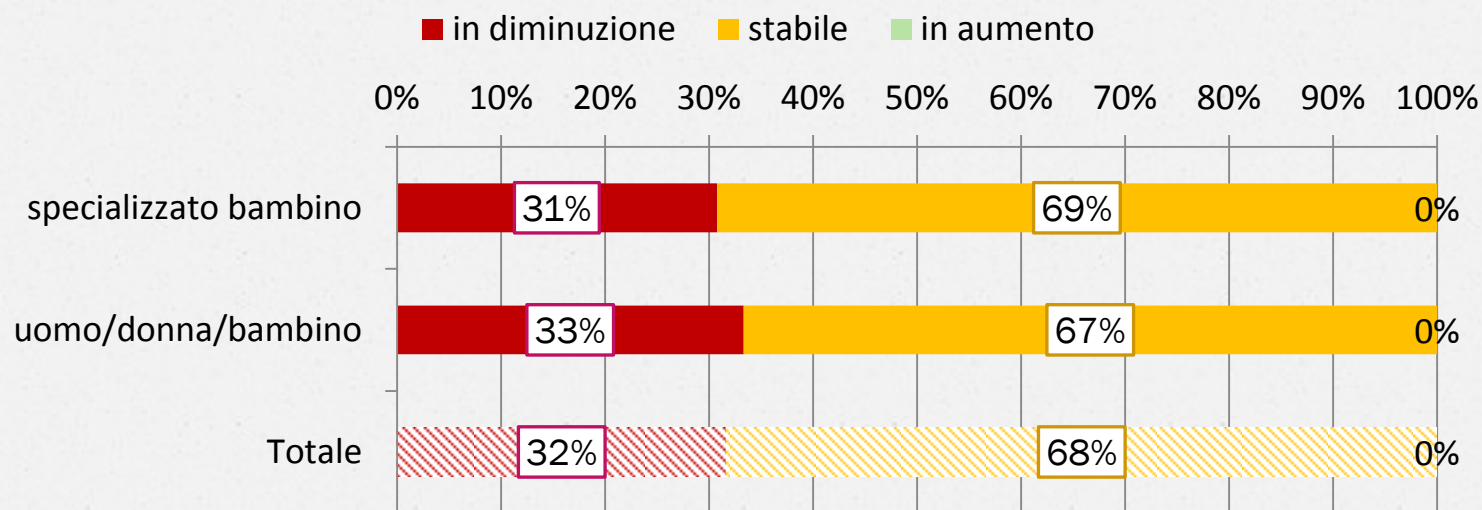


Spesa media pro-capite: confronto 2013, 2014 e 2015



- Il valore della spesa media pro-capite è diminuito rispetto all'anno scorso per l'abbigliamento uomo/donna/bambino e si è mantenuto stabile per il segmento bambino (valore medio 46,85)
- 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 media per famiglia per l'abbigliamento e calzature** è in totale **104 euro**.

Andamento della spesa per l'inizio della scuola



- L'andamento della spesa è prevalentemente **stabile** sia per l'abbigliamento uomo/donna/bambino che per gli specializzati bambino.
- Le valutazioni sono coerenti con le tipologie di prodotti più venduti (capi e calzature di consumo)

Comportamenti di acquisto

- o Per gli operatori c'è una **precisa scelta di risparmio** da parte dei consumatori (il cliente è attento al prezzo, compra lo stretto necessario, aspetta sconti e saldi, ecc.).
- o Tra i segnali deboli per l'abbigliamento emerge la scelta del canale on-line e una riscoperta dell'usato.





CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA



ISCOM
GROUP

ragazzini@iscomgroup.it
ricerche@iscomgroup.it