



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

EMILIA ROMAGNA

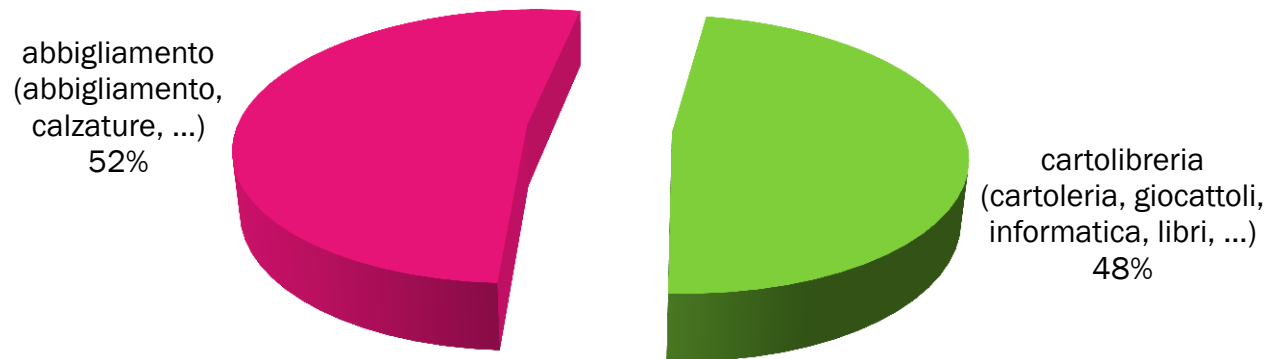


ISCOM
GROUP

Inizio scuola 2017

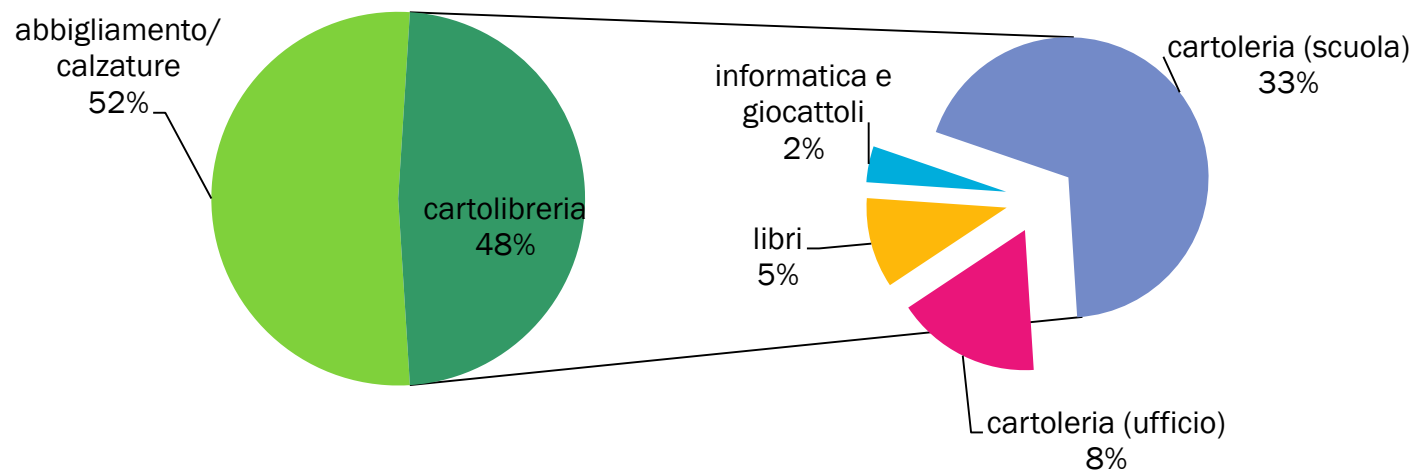
Congiuntura flash

Panel e metodologia



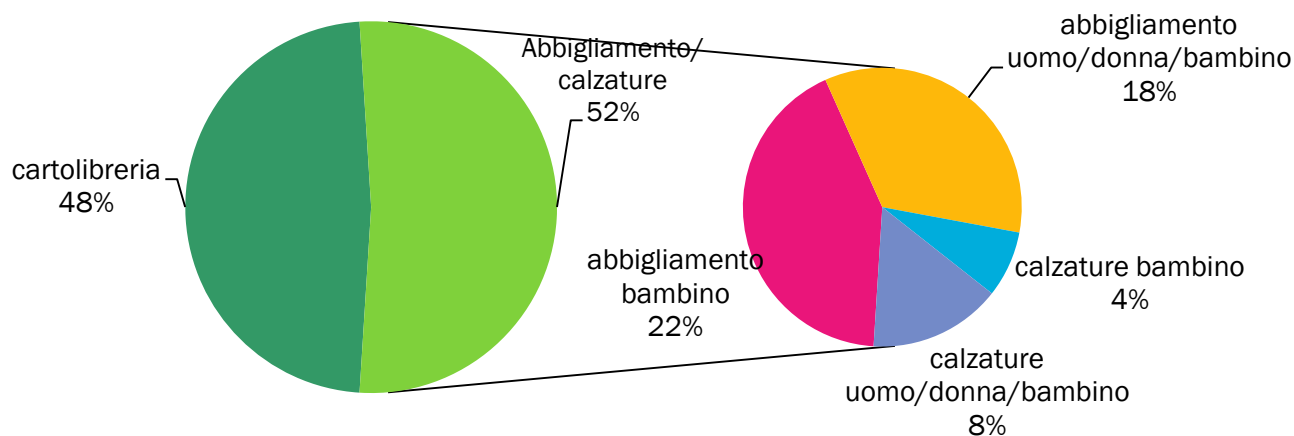
- o Il panel di operatori risulta composto per il 52% da operatori del settore abbigliamento e calzature e per il 48% da cartolerie, punti vendita di prodotti di informatica, giocattoli e librerie.
- o Gli intervistati sono per l'88% titolari dell'azienda, e per il restante 12% responsabili od operatori del punto vendita.
- o Le interviste sono state raccolte dal 13 al 27 settembre 2017.

Panel cartolibrerie



- o Il 48% degli operatori vende articoli di cartolibreria per scuola e ufficio, giocattoli, libri e prodotti informatici.
- o Il 33% è specializzato su articoli scolastici.

Panel abbigliamento e calzature

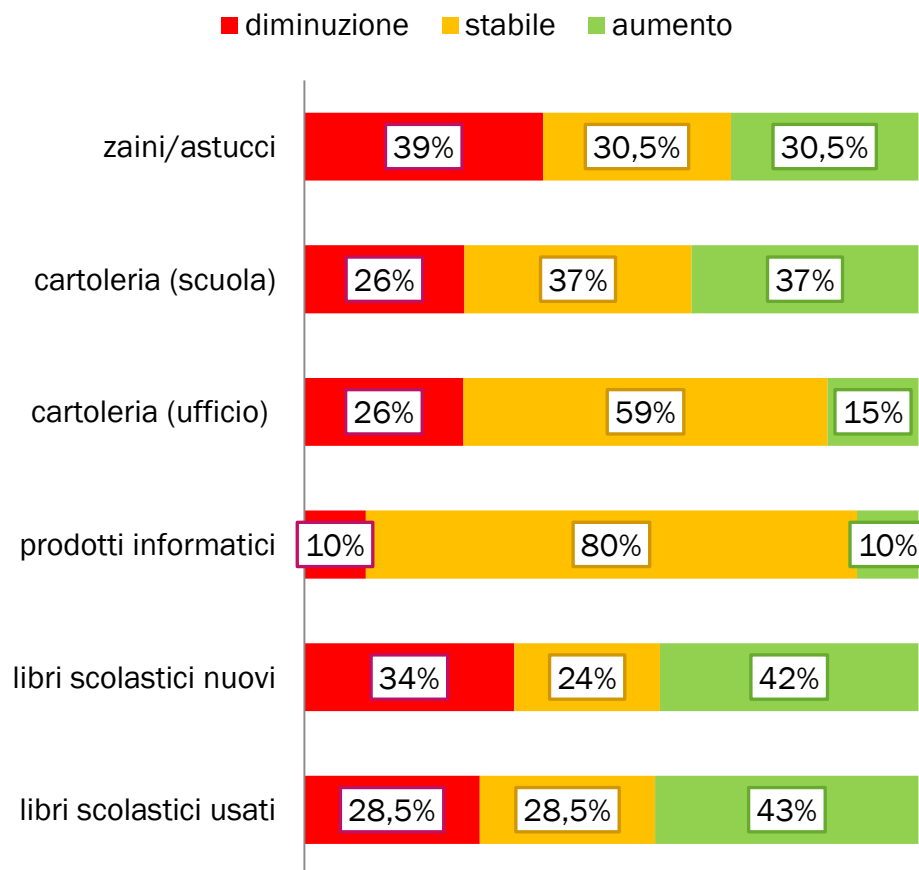


- o Il 52% dei negozi del panel vende abbigliamento e/o calzature.
- o Il 26% è specializzato sul bambino: 22% abbigliamento e 4% calzature.



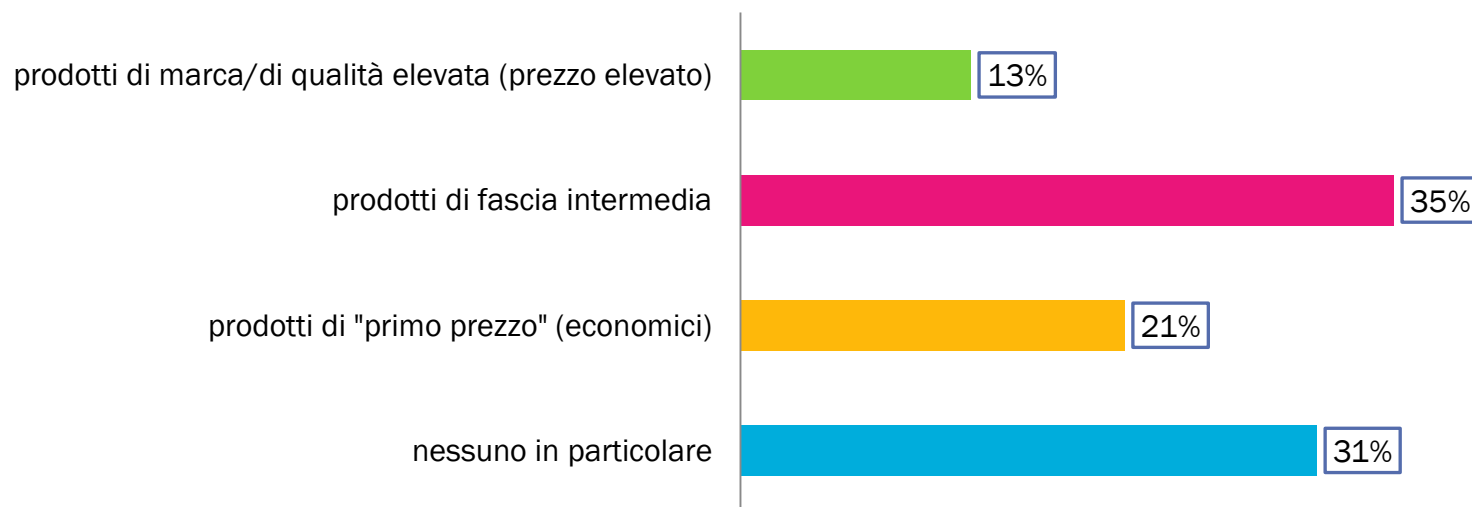
Andamento vendite e spese

Andamento vendite per prodotti cartoleria



- I negozianti che operano nel settore **libri scolastici** hanno segnalato un andamento positivo delle vendite: **il 42% ha rilevato un aumento sui testi nuovi e il 43% sull'usato** rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Buone anche le vendite di corredo scolastico (37% in aumento).
- Stabili le vendite di prodotti informatici e cartoleria da ufficio.
- Rallentate le vendite di zaini e astucci, che gli anni scorsi erano invece i prodotti su cui la clientela era disposta anche a pagare qualcosa in più.

Le vendite sono aumentate soprattutto per...



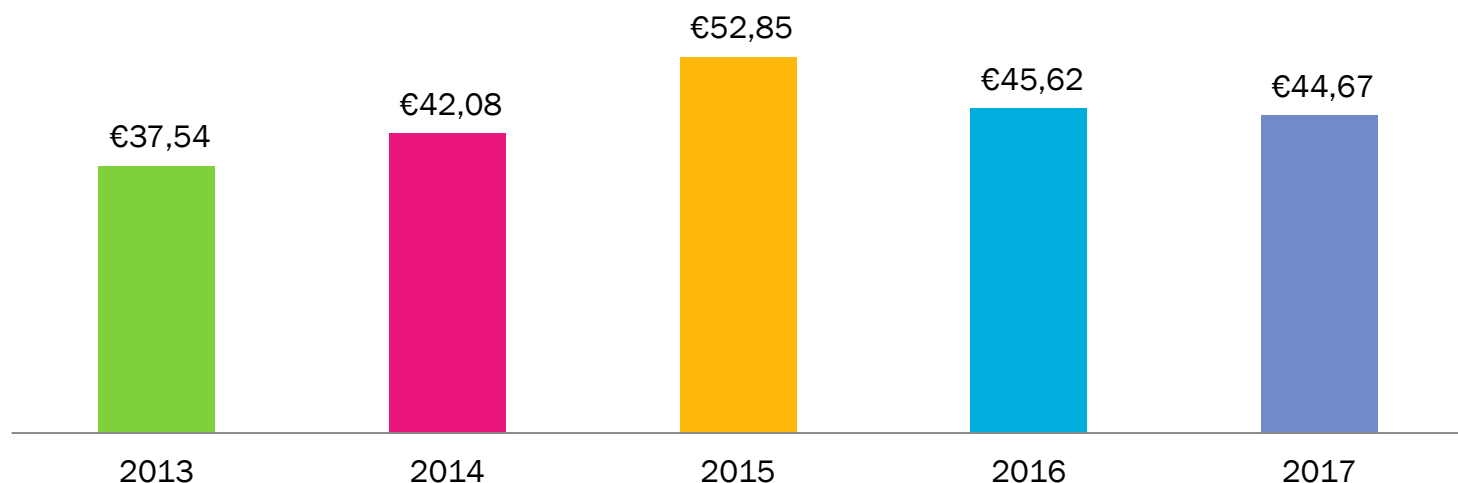
- Quest'anno la novità rilevante è che, rispetto agli anni precedenti, è **tornata ad aumentare la quota dei prodotti di cartoleria di fascia intermedia** (di qualità, ma non necessariamente di marca).
- I prodotti di primo prezzo sono rimasti stabili negli anni, anche nei periodi di crisi, ma sembra che oggi i consumatori siano disposti a pagare un po' di più per una maggiore qualità.

I prodotti più venduti rispetto all'anno scorso



- I prodotti più venduti sono i quaderni, i quadernoni e la cancelleria.
- Per quanto riguarda zaini, diari e astucci, anch'essi tra i prodotti di punta (ma con qualche citazione in meno), emergono preferenze specifiche per alcuni marchi di moda.

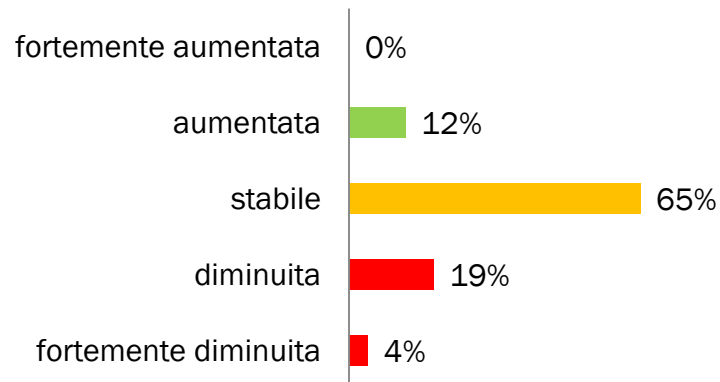
Spesa media pro-capite - settore cartoleria: dal 2013



- o Il valore della spesa media pro-capite per il corredo scolastico è stabile rispetto all'anno scorso, e si attesta a circa 45 euro.
- o Lo scontrino medio è coerente con il tipo di prodotti più venduti: quaderni, cancelleria e diari.
- o 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 media per famiglia, per quanto riguarda il corredo scolastico, è di circa 99 euro.**

Andamento della spesa - cartoleria

- L'andamento della spesa è prevalentemente **stabile** (65%).
- Il 12% degli operatori ha segnalato un aumento; il 23% una diminuzione.



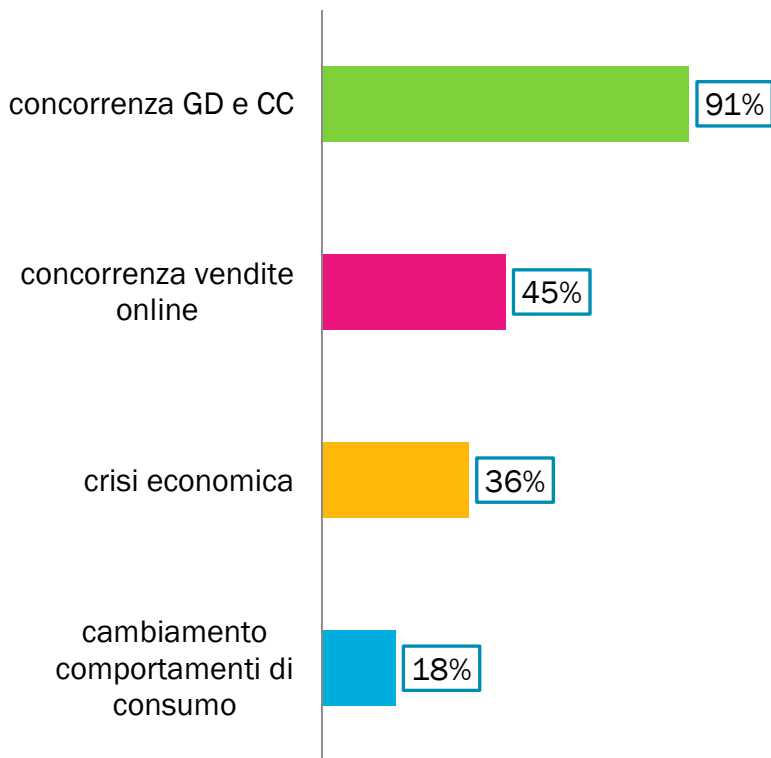
zaino

pastelli astuccio
prodotti tecnici diario

- I consumatori sono disposti a spendere un po' di più soprattutto per gli zaini e, in seconda battuta, per diari e astucci.

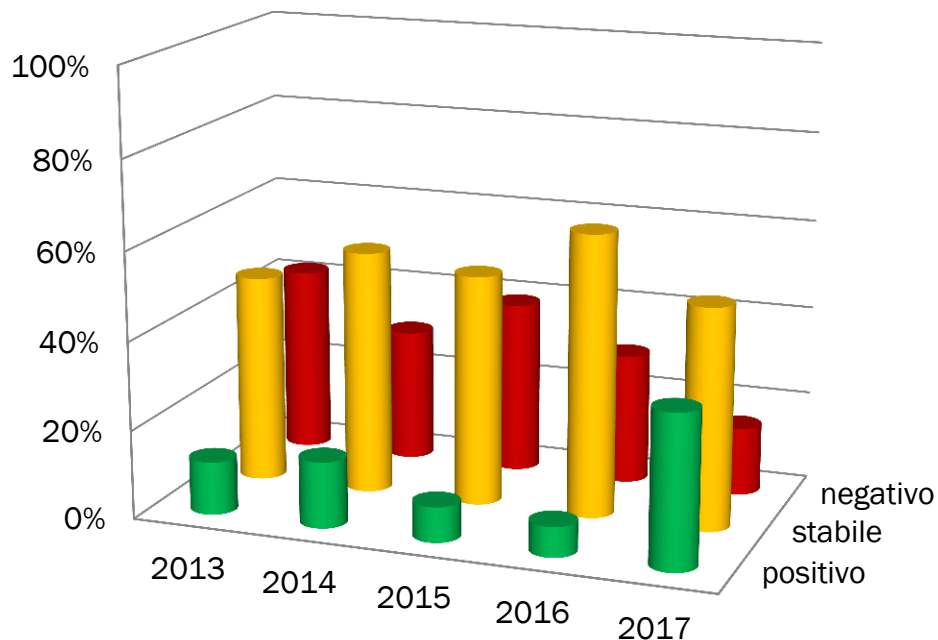
Andamento della spesa - motivi della diminuzione

Motivi per diminuzione delle vendite cartoleria



- o Gli operatori che hanno dichiarato una diminuzione della spesa, hanno motivato questo andamento con riferimento alla **concorrenza della grande distribuzione (91%) e delle vendite online (45%)**.
- o È la prima volta da alcuni anni che le diminuzioni della spesa non sono motivate solamente dalla crisi economica.
- o Gli aumenti sono legati, sia nella cartoleria che nell'abbigliamento, alla ripresa dei consumi e alla ricerca da parte dei consumatori di un certo livello di servizio e qualità.

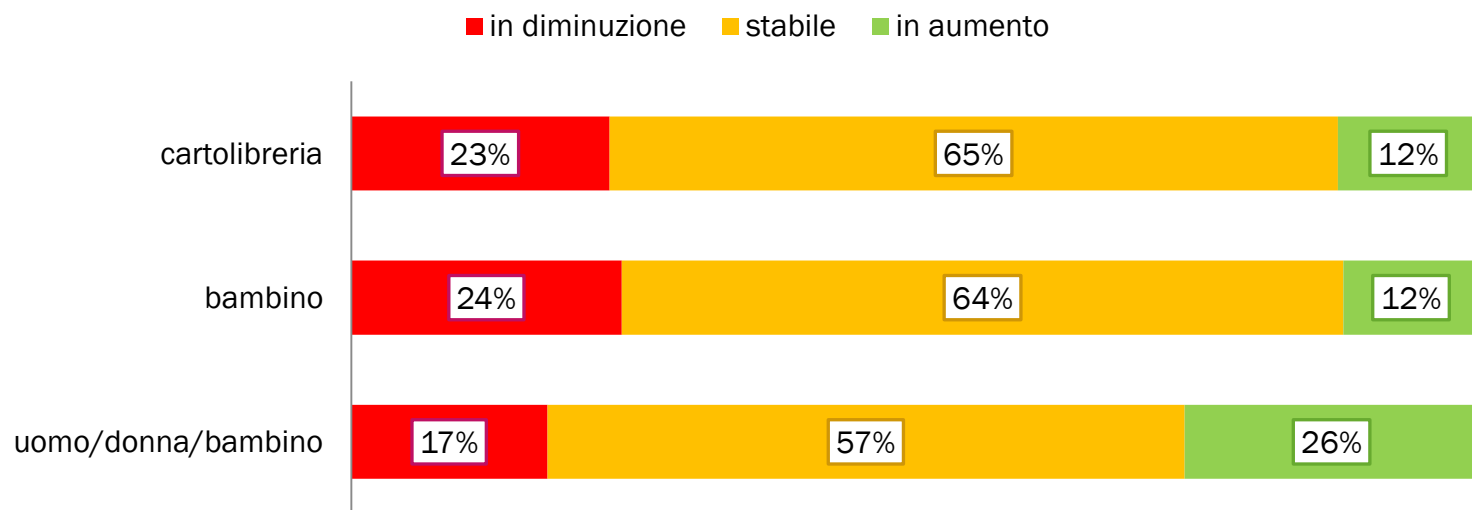
Andamento vendite abbigliamento dal 2013



| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------|------|------|------|------|------|
| ■ positivo | 12% | 15% | 8% | 7% | 35% |
| ■ stabile | 47% | 55% | 52% | 64% | 50% |
| ■ negativo | 42% | 30% | 39% | 30% | 15% |

- o La rilevazione evidenzia una stabilità delle vendite.
- o Va evidenziato che nel 2017 gli imprenditori che segnalano un aumento sono pari al 35%, il triplo rispetto al 2013.
- o Il saldo tra aumento e diminuzione delle vendite (+10) indica una valutazione positiva per l'anno in corso.

Andamento della spesa per l'inizio della scuola



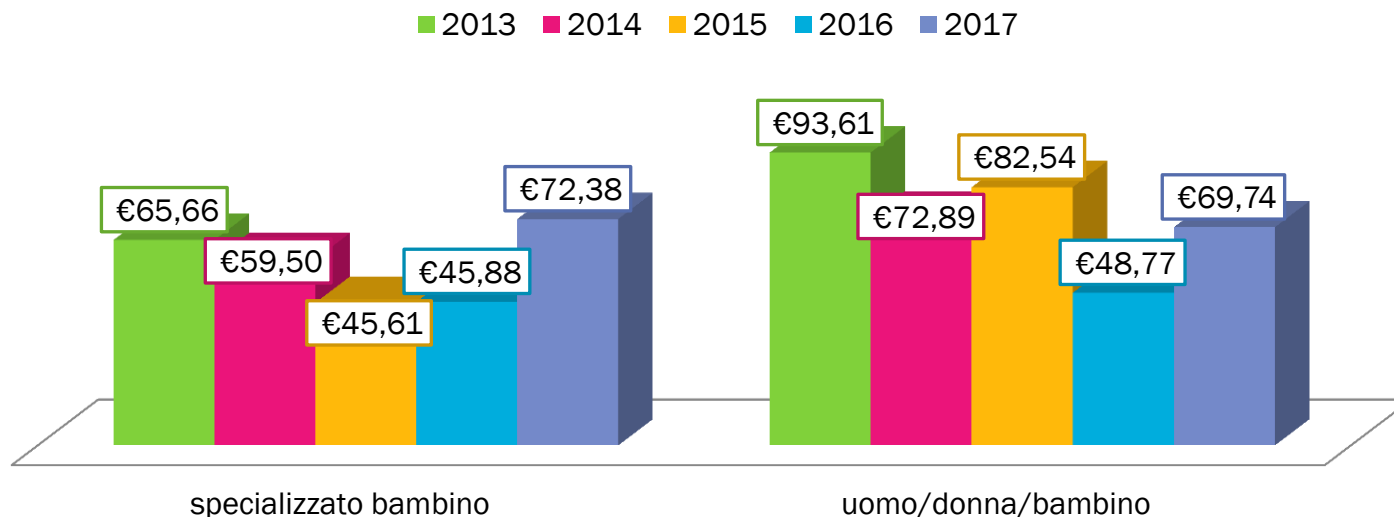
- L'andamento della spesa è prevalentemente stabile sia per il settore cartolibreria che per l'abbigliamento.
- Il 12% delle cartolibrerie hanno indicato un aumento della spesa.
- Altrettanto caute le valutazioni degli operatori dell'abbigliamento bambino. L'abbigliamento uomo/donna/bambino invece fa registrare una performance positiva, con un 26% di operatori che segnalano un aumento.

Abbigliamento: prodotti più venduti



- Sono stati venduti soprattutto **scarpe sportive di moda, felpe, tute e magliette.**
- Sono poche le citazioni di capispalla, la cui vendita non è decollata, nonostante la temperatura si sia abbassata nelle due settimane di rilevazione.
- Si tratta di capi di abbigliamento **da tutti i giorni** che non implicano una spesa elevata.

Spesa media pro-capite abbigliamento/calzature: dal 2013

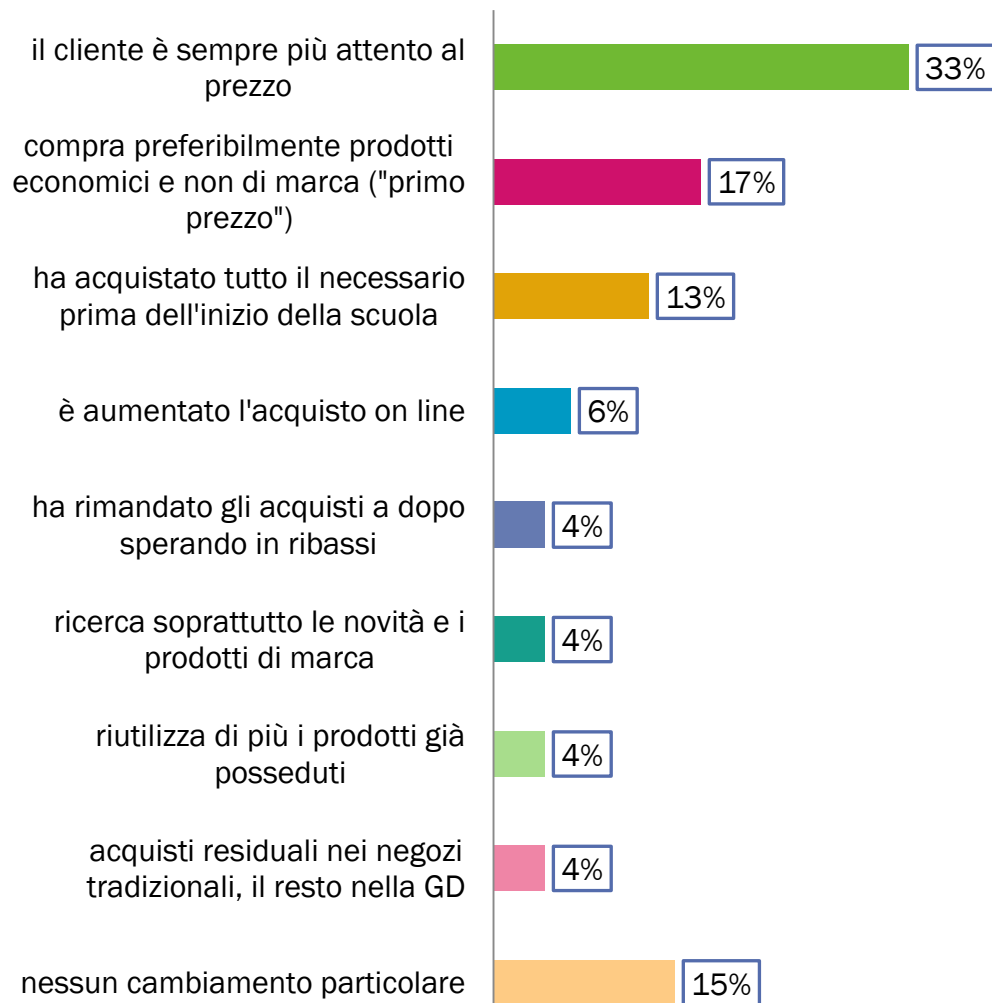


- o **Il valore della spesa media pro-capite è aumentato** rispetto all'anno scorso sia per l'abbigliamento uomo/donna/bambino (70 euro) che per il segmento bambino (72 euro), ma resta ancora comunque su valori inferiori, in media, ai 100 euro.
- o Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,21 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2015), **la spesa media per famiglia per l'abbigliamento e calzature è in totale 157 euro.**



Comportamenti e promozioni

Comportamenti di acquisto - CARTOLERIA

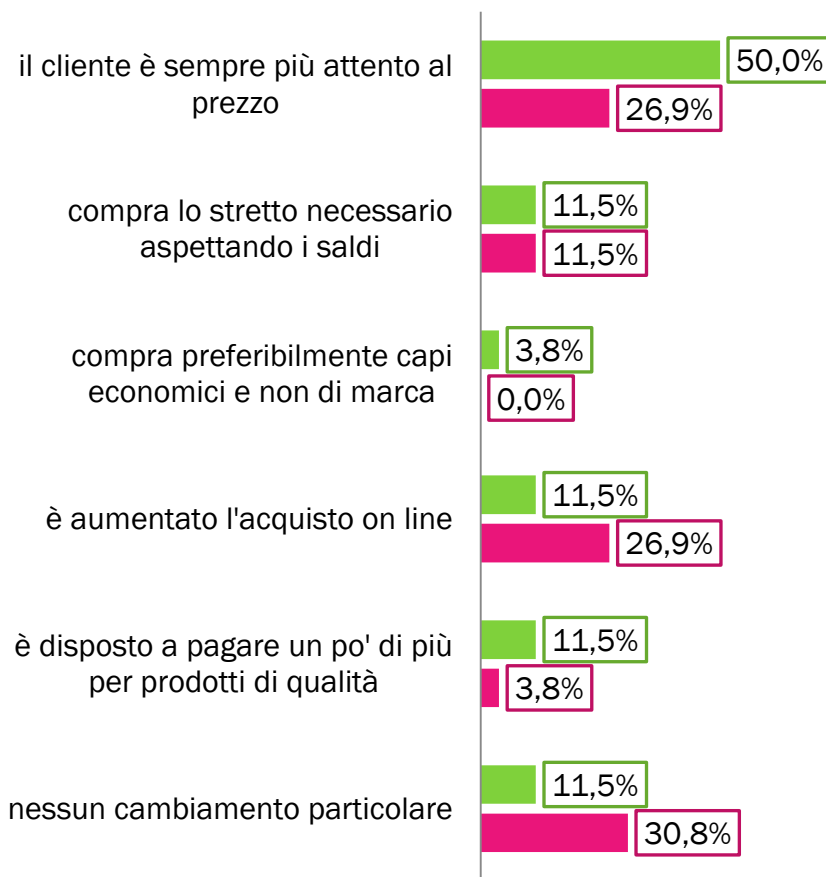


RISPOSTE MULTIPLE

- Per gli operatori c'è una **precisa scelta di risparmio** da parte dei consumatori (il cliente è attento al prezzo e alla qualità dei prodotti).
- Le famiglie si sono affrettate ad acquistare anche prima dell'inizio della scuola, probabilmente per approfittare delle promozioni.
- Tra i segnali deboli emerge la scelta del canale on-line.

Comportamenti di acquisto - abbigliamento

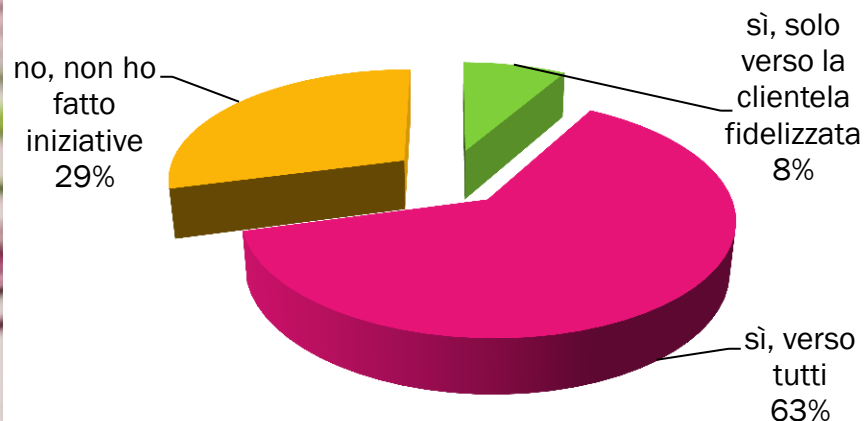
■ bambino ■ uomo/donna/bambino



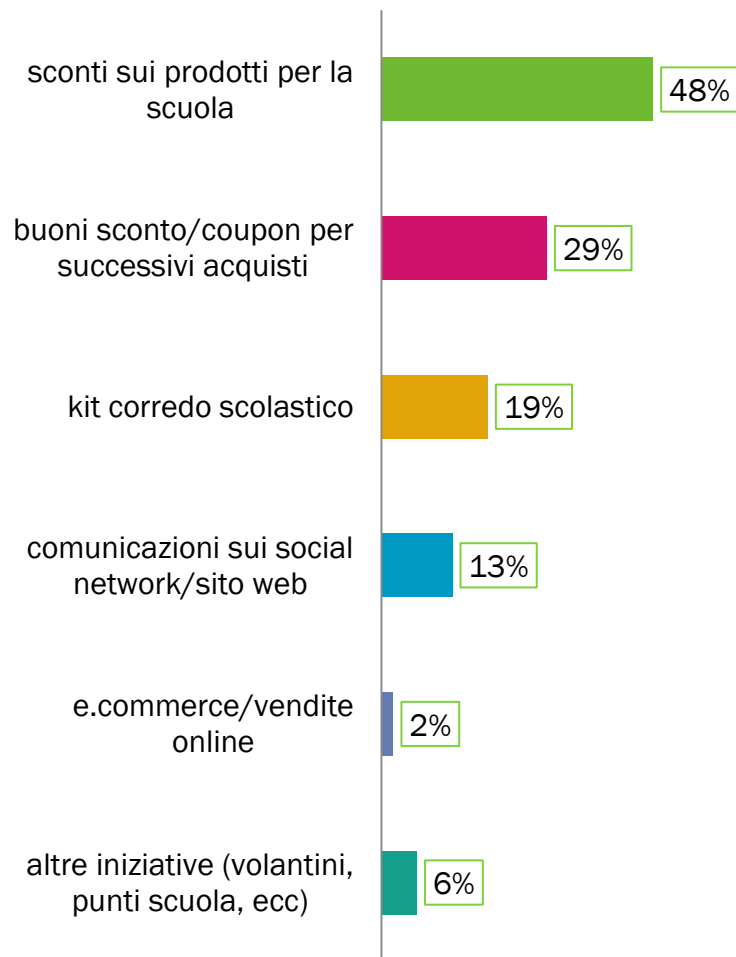
RISPOSTE MULTIPLE

- Nel segmento bambino è ancora forte l'attenzione al prezzo e rimanda altri acquisti ai saldi. Questo dato è coerente con il tipo di prodotti che risultano più venduti: soprattutto capi da tutti i giorni (felpe, tute, magliette). C'è però una quota pari al 11,5% che è disposto a pagare un po' di più per i prodotti di qualità.
- Tra i segnali deboli per l'abbigliamento emerge la scelta del canale on-line.

Promozioni per l'avvio scuola nelle cartolibrerie



- o Il 71% degli operatori ha fatto iniziative promozionali per stimolare le vendite in questo periodo.
- o Il 48% ha agito sulla scotistica immediata, mentre il 29% ha optato per buoni sui prossimi acquisti.
- o Meno utilizzati i kit corredo, distribuiti solo su certi territori, le promozioni sui social network, o forme più tradizionali come i volantini .



RISPOSTE MULTIPLE



o ragazzini@iscomgroup.it
o ricerche@iscomgroup.it