



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
EMILIA ROMAGNA

# summer SALE

**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.

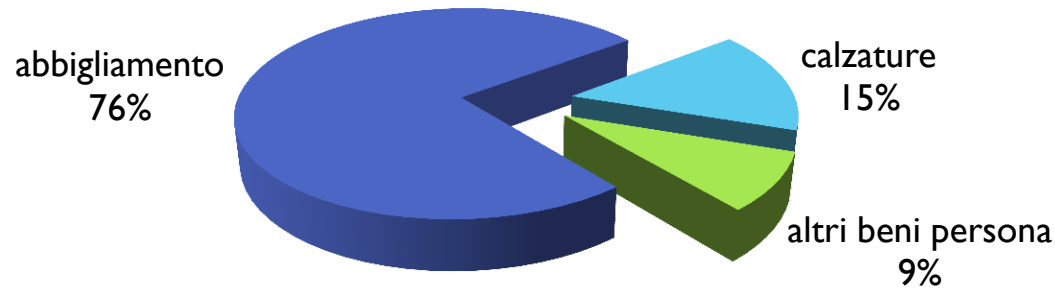
## Metodo di rilevazione

- ▶ 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

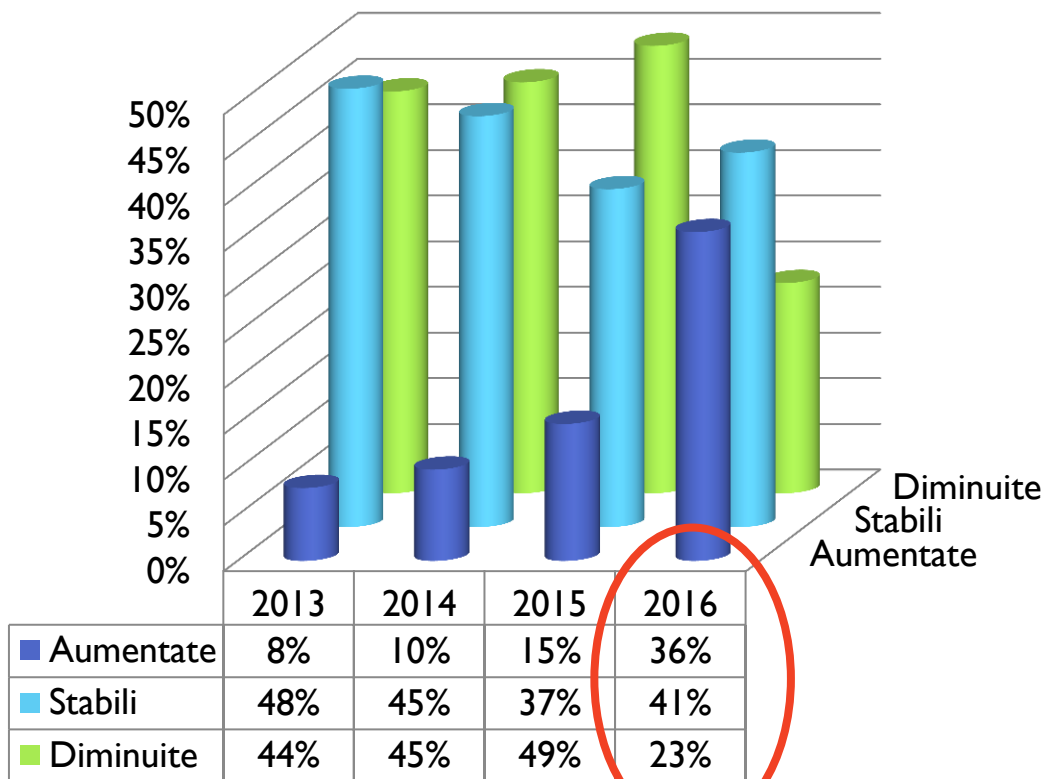


- ▶ Il panel è composto da punti vendita di abbigliamento, calzature, accessori, pelletteria, intimo, ecc.
- ▶ **Il 76%** dei negozi del panel vende **abbigliamento** e il **15% calzature**, il **9% altri beni persona**, ed in particolare intimo e accessori.
- ▶ Il 13% dei punti vendita tratta anche 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

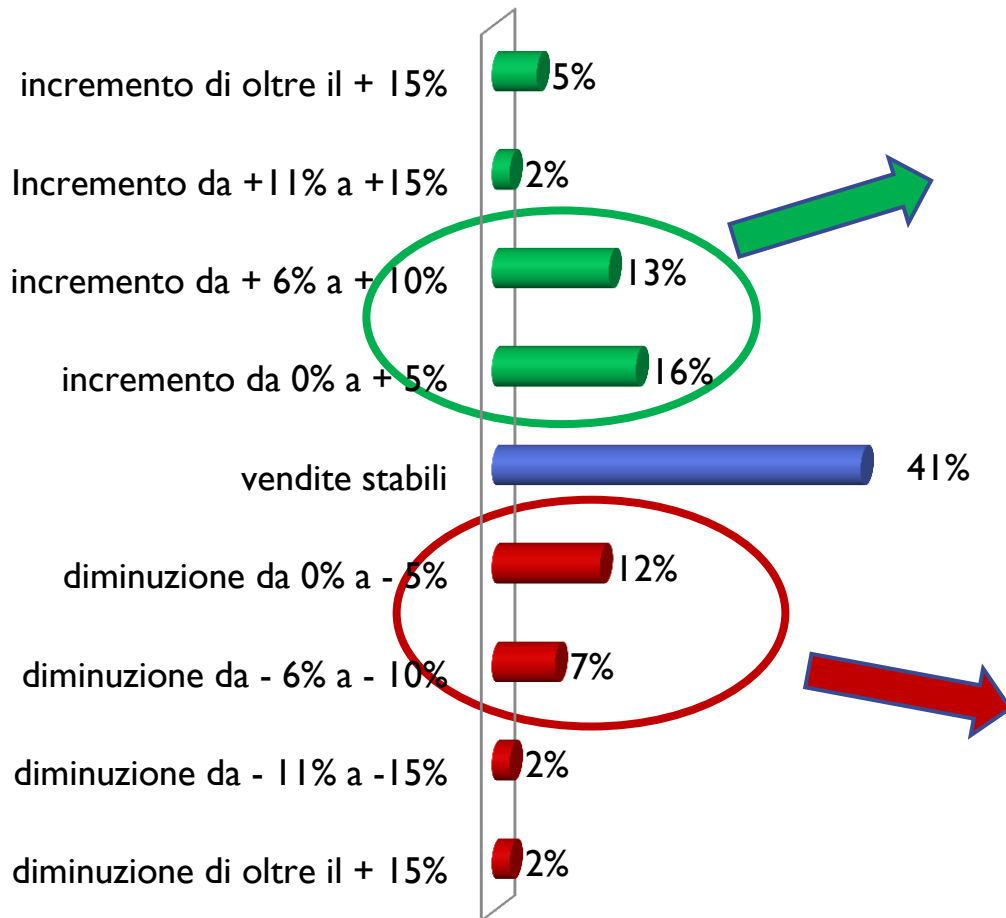
# Andamento delle vendite nei saldi estivi

- ▶ 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 **è più che raddoppiato il numero degli imprenditori che rileva un aumento** (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. ( $36\% - 23\% = +13\%$ )**



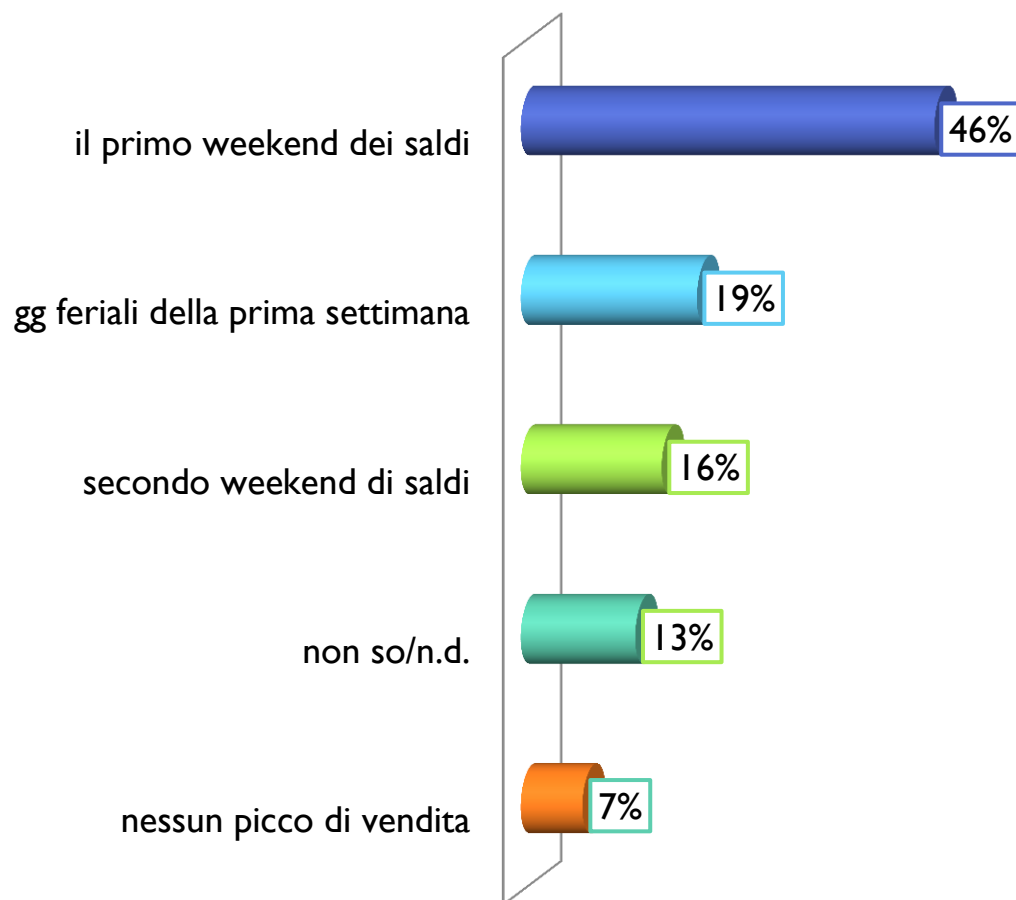
# Andamento in dettaglio delle vendite



- ▶ 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%).

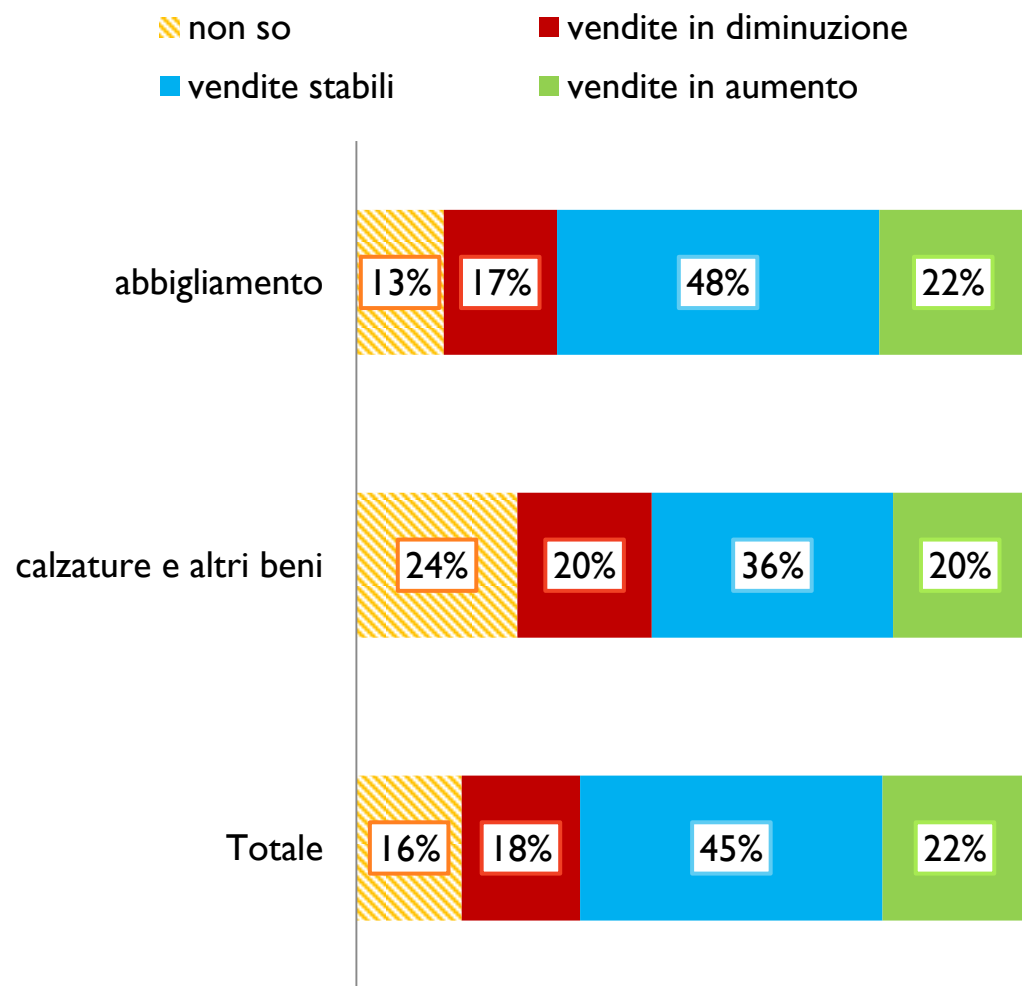
## Andamento vendite nei primi giorni – analisi per giorni



- ▶ 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 (il 13% hanno risposto non so o ha declinato la domanda) e il 7% ha avuto un andamento stabile lungo tutto il periodo considerato.

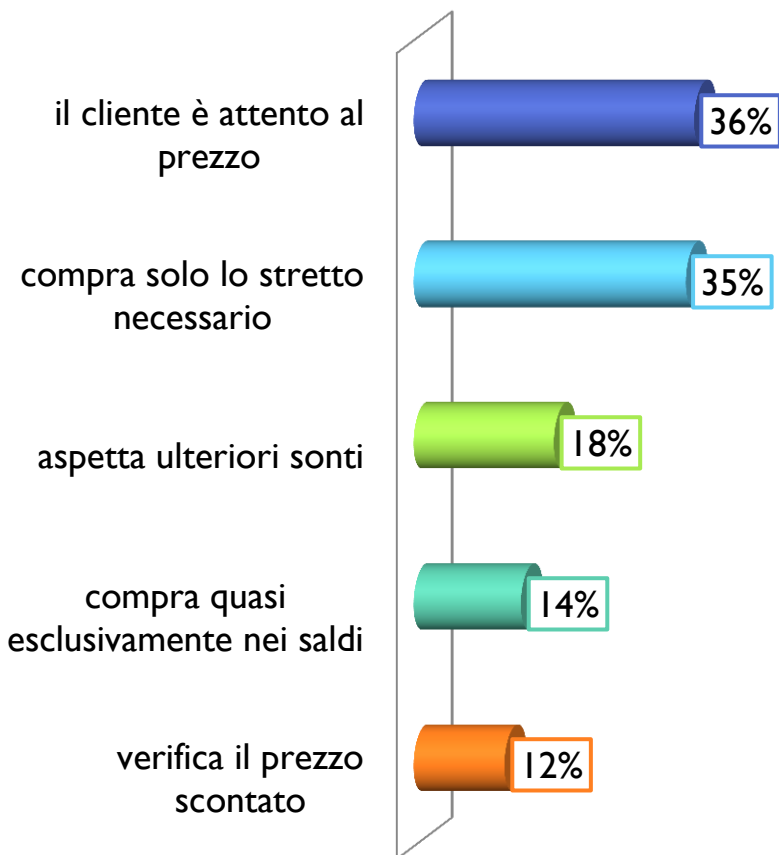


## Andamento vendite – **previsioni** per le prossime settimane



- ▶ Le previsioni di vendita per le prossime settimane di saldi indicano un atteggiamento prudentiale 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

# Comportamenti di acquisto



- ▶ 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**.

RISPOSTE MULTIPLE

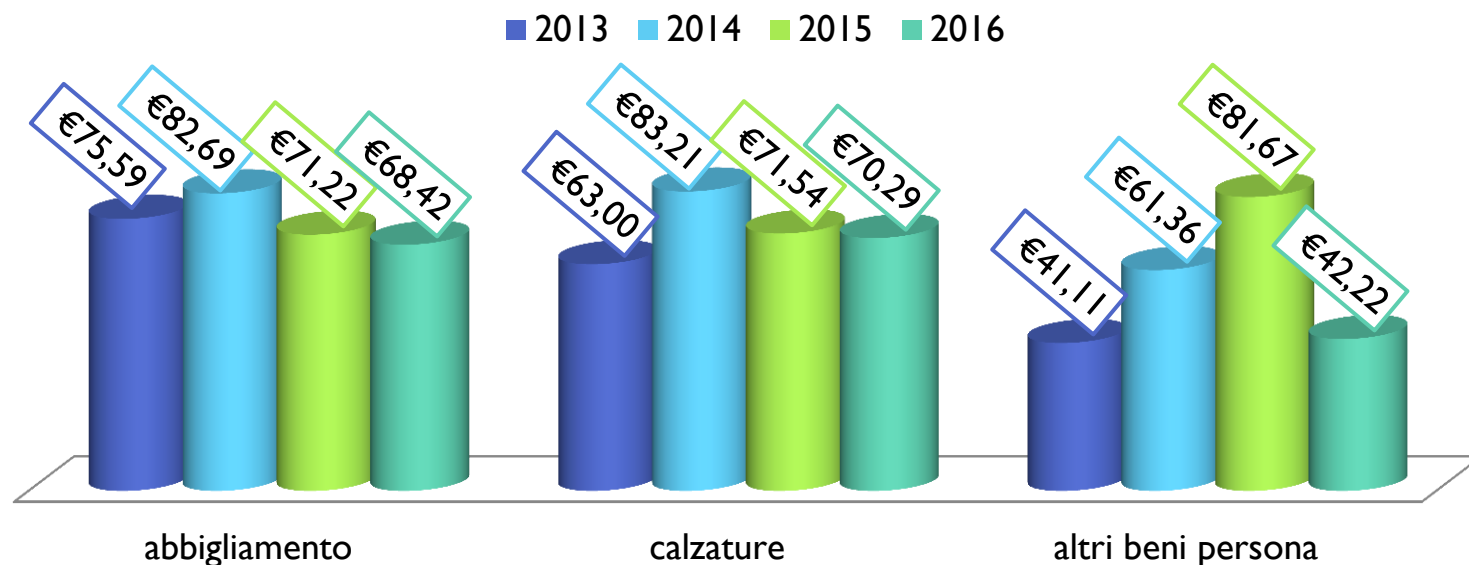


## I prodotti più venduti



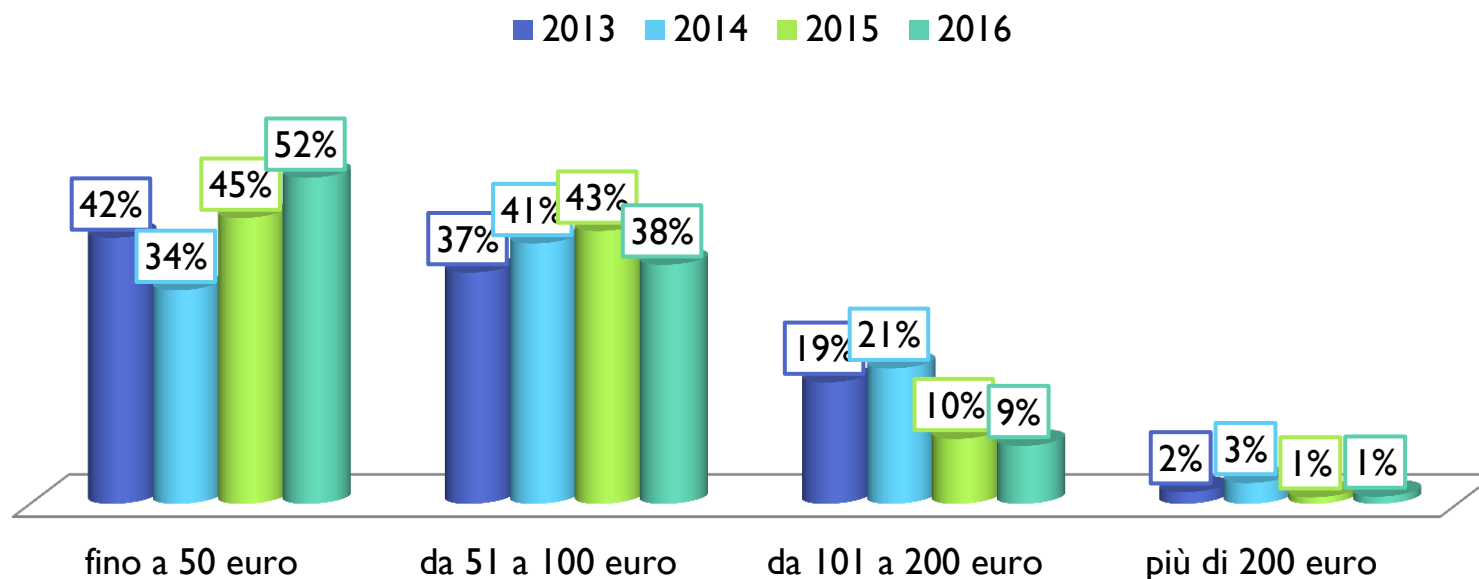
- ▶ Nell'abbigliamento i clienti si sono orientati sull'acquisto di t-shirt, abiti estivi, camicie e costumi. Sandali e scarpe sportive sono i prodotti di punta per le calzature.
- ▶ Tra i prodotti di moda pantaloni larghi e zeppe

## Spesa media pro-capite: confronto 2013 – 2016



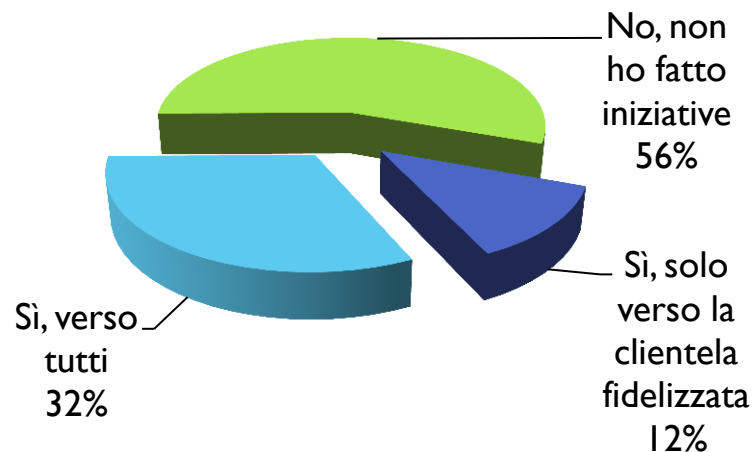
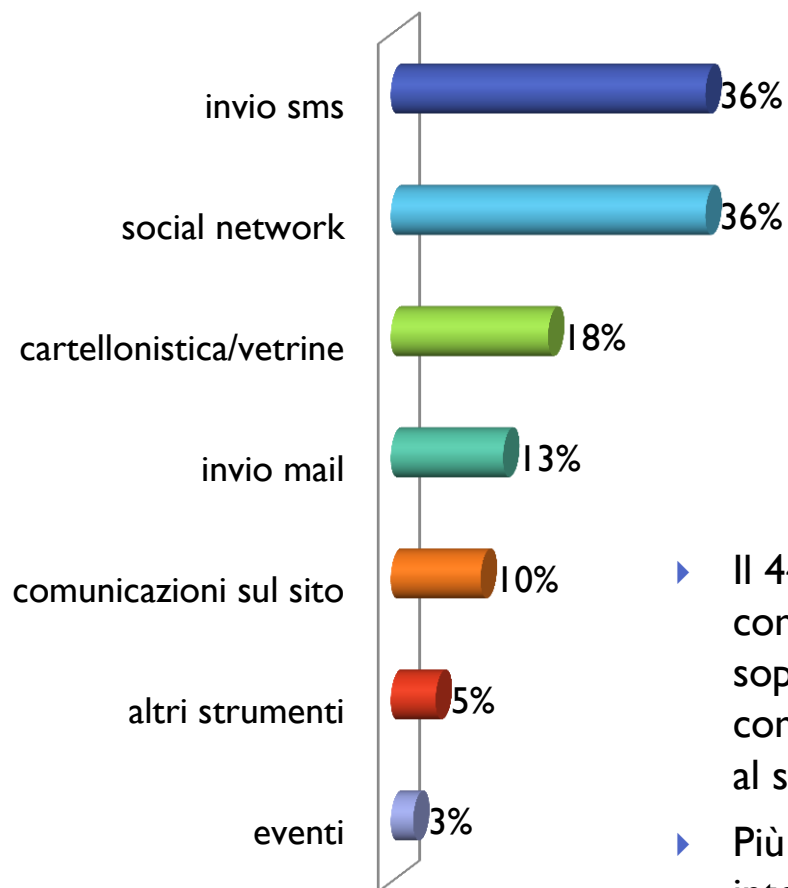
- ▶ Il **valore** della spesa media pro-capite è **leggermente diminuita** per abbigliamento e calzature rispetto all'anno scorso (gli altri beni sono un raggruppamento disomogeneo negli anni e il confronto di spesa è di difficile lettura); nel **2016 il valore della spesa media pro-capite è di 66 euro**.
- ▶ 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.

## 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.

# Scelte di comunicazione per i saldi estivi

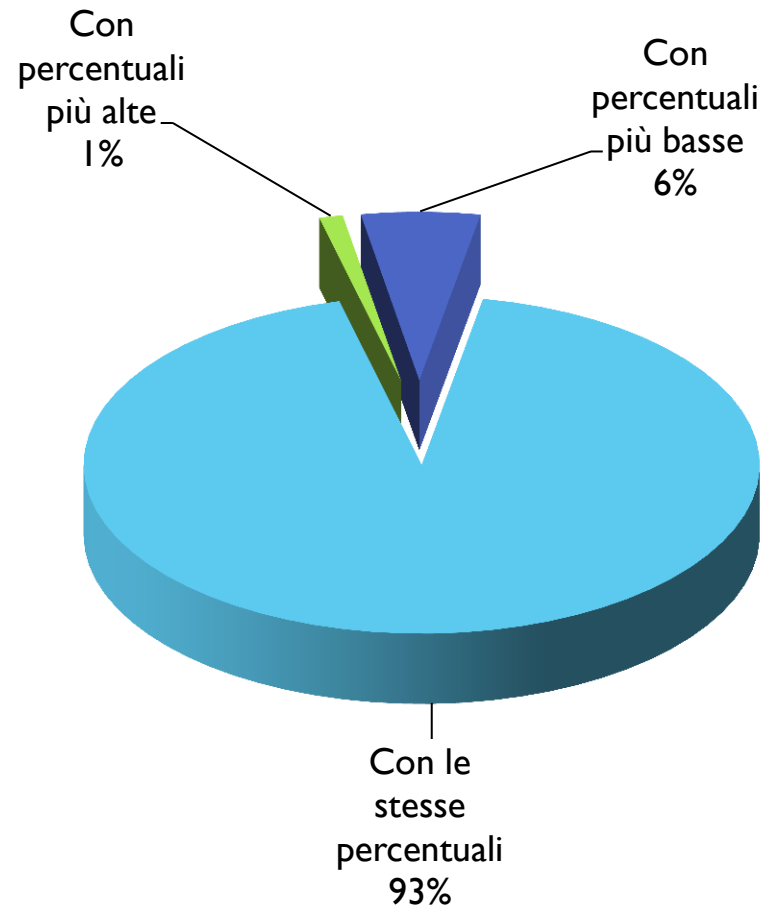


- ▶ Il 44% degli operatori ha adottato iniziative di comunicazione pre-saldi. Sono risultate efficaci soprattutto gli strumenti tecnologici come le comunicazioni sui social media, preferiti di gran lunga al sito, i messaggi e le mail alla clientela fidelizzata.
- ▶ Più tradizionale, ma diffuso l'uso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

RISPOSTE MULTIPLE, % calcolate su quanti hanno fatto iniziative

# 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.



A graphic for a 'Summer SALE' featuring the words 'summer' and 'SALE' in large, white, 3D-style letters. The background is filled with colorful confetti in shades of red, blue, yellow, and pink. The text is centered and has a slight shadow effect.

# summer SALE

Grazie per  
l'attenzione