



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

summer SALE

**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.

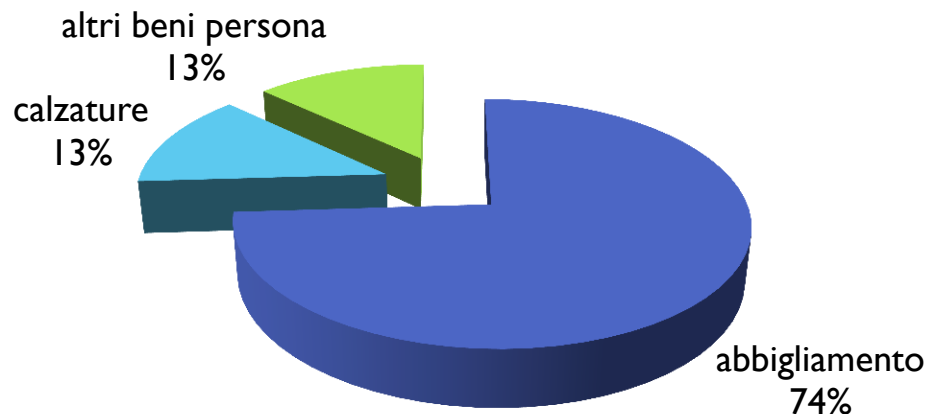
Metodo di rilevazione

- ▶ 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

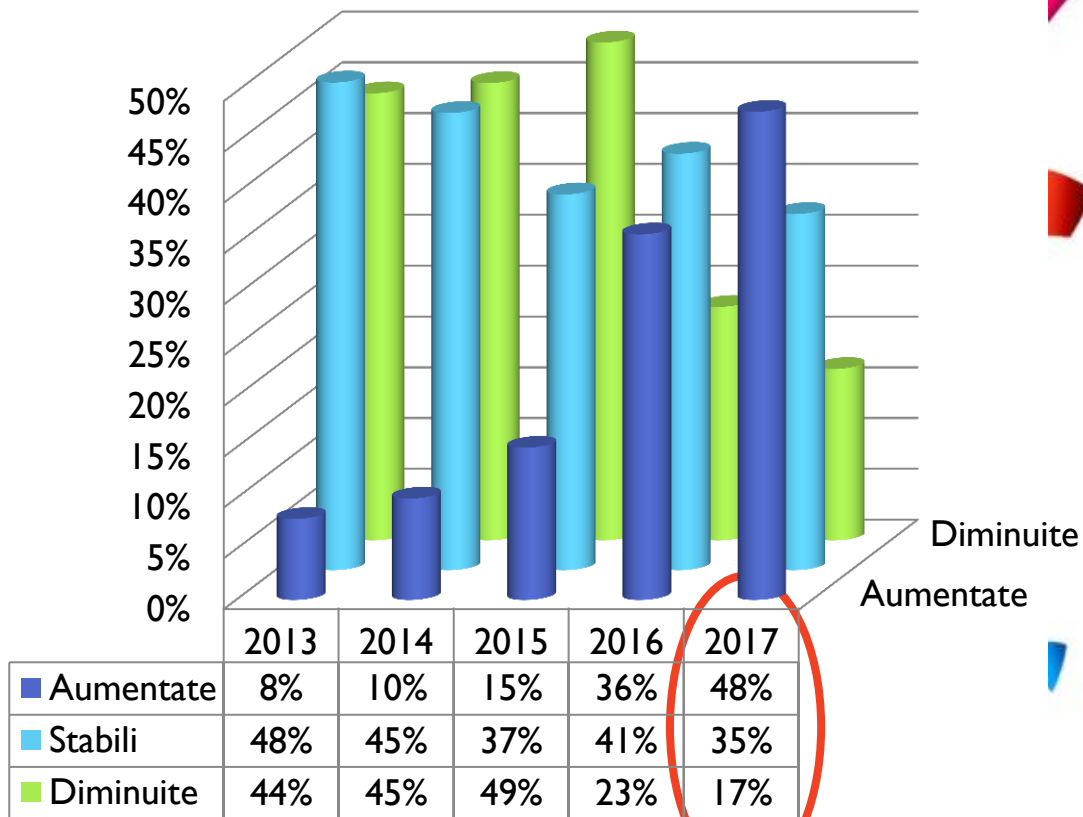


- ▶ Il panel è composto da punti vendita di abbigliamento, calzature, accessori, pelletteria, intimo, ecc.
- ▶ **Il 74%** dei negozi del panel vende **abbigliamento** e il **13% calzature**, il **13% altri beni persona**.
- ▶ Il 14% dei punti vendita tratta anche bambino (il 6% è specializzato su questo 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

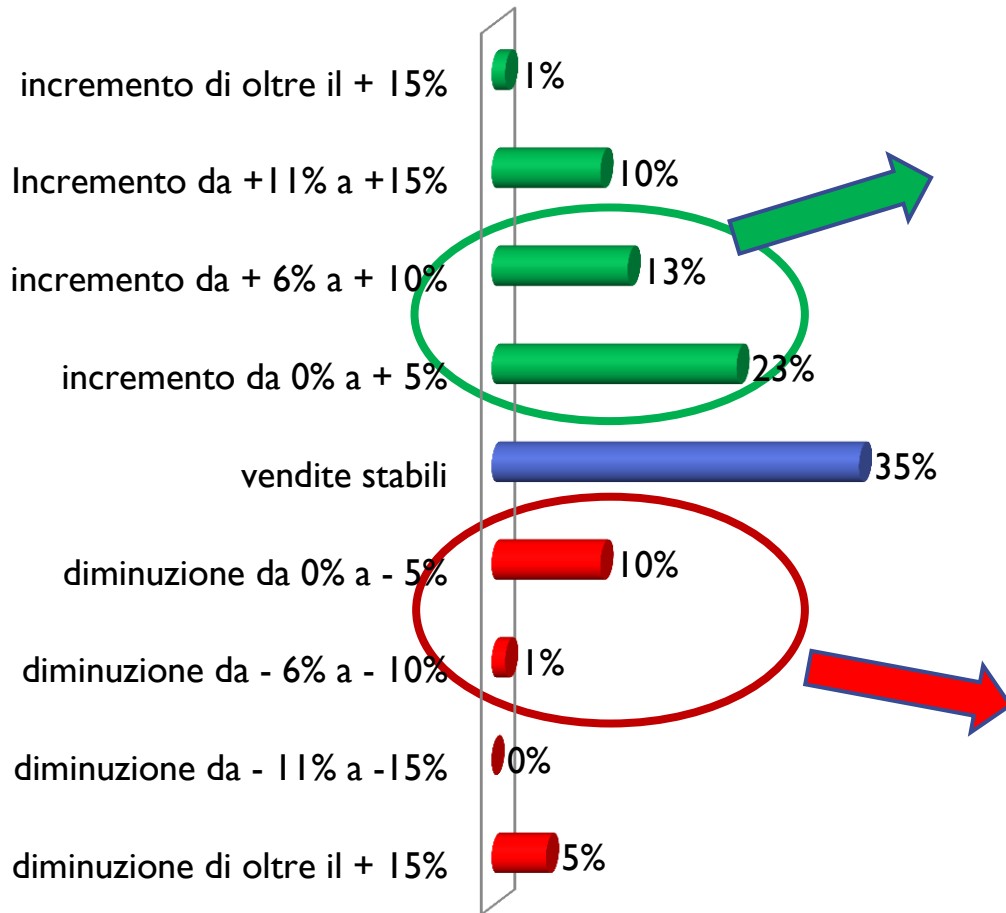
Andamento delle vendite nei saldi estivi

- ▶ 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 ($48\% - 17\% = +31\%$)



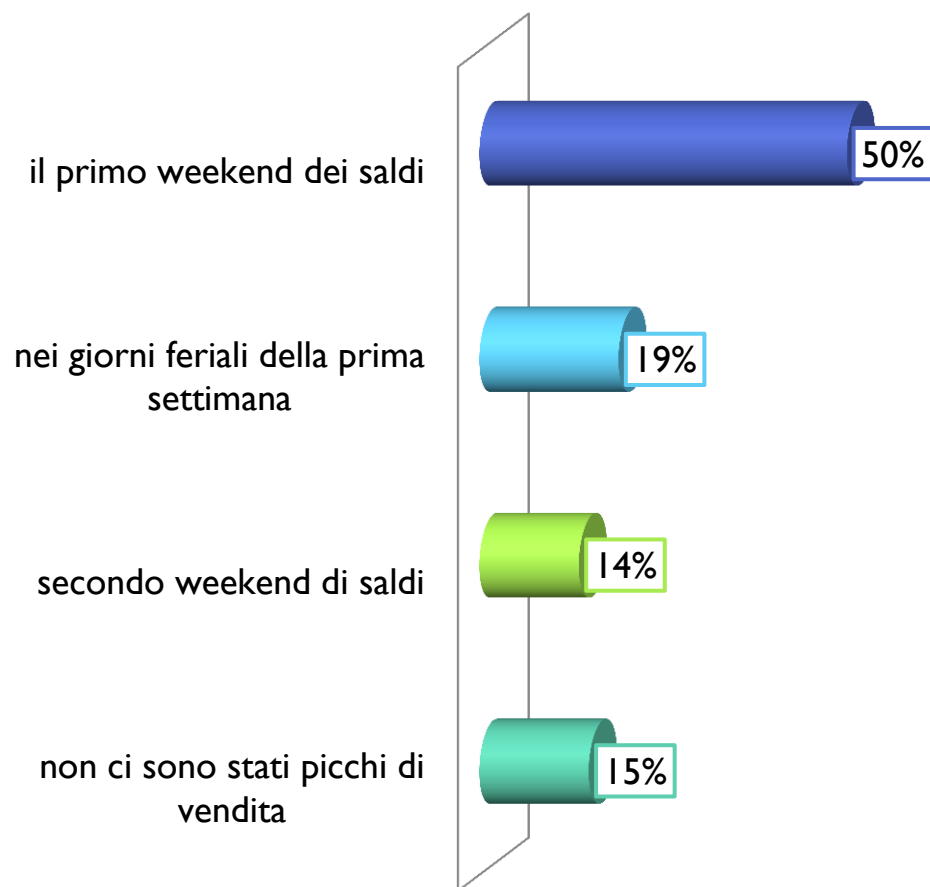
Andamento in dettaglio delle vendite



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

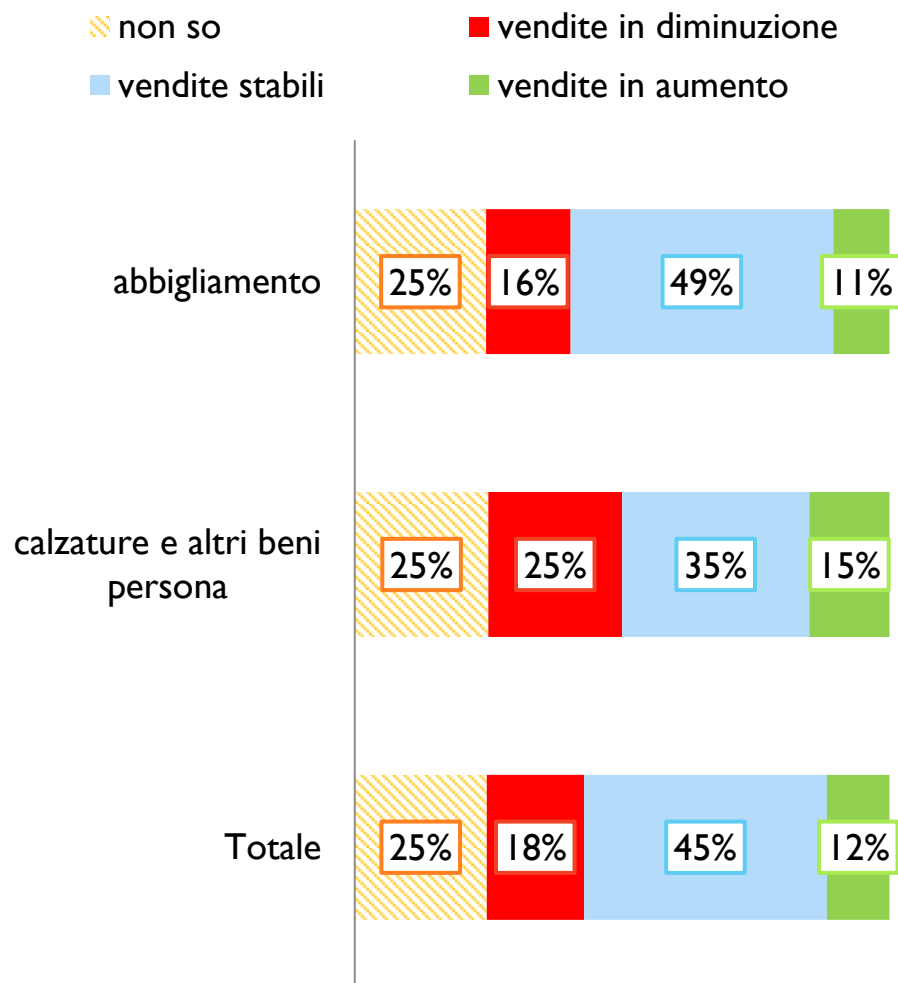
- ▶ Specularmente anche coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite hanno segnalato comunque un calo contenuto (inferiore al 5%).

Andamento vendite nei primi giorni – analisi per giorni



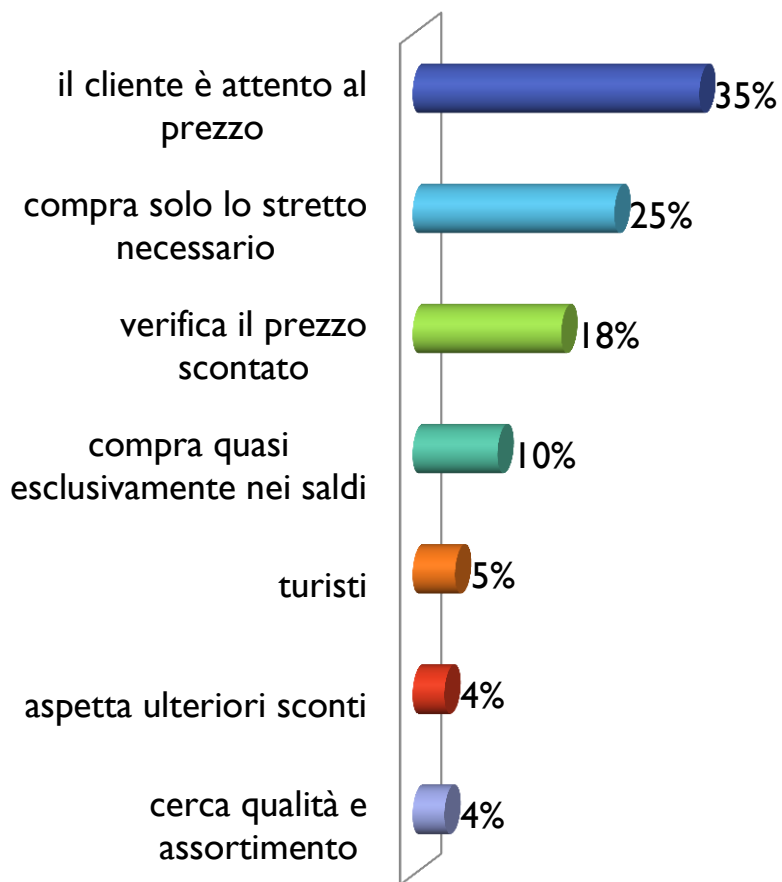
- ▶ Nel primo weekend di saldi le vendite sono andate molto bene (il 50% degli operatori indica questi giorni come quelli di picco delle vendite).
- ▶ Il 19% ha venduto di più durante le giornate infrasettimanali, e il 14% ha avuto i migliori risultati nel secondo weekend.
- ▶ Il 15% ha segnalato un 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

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 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

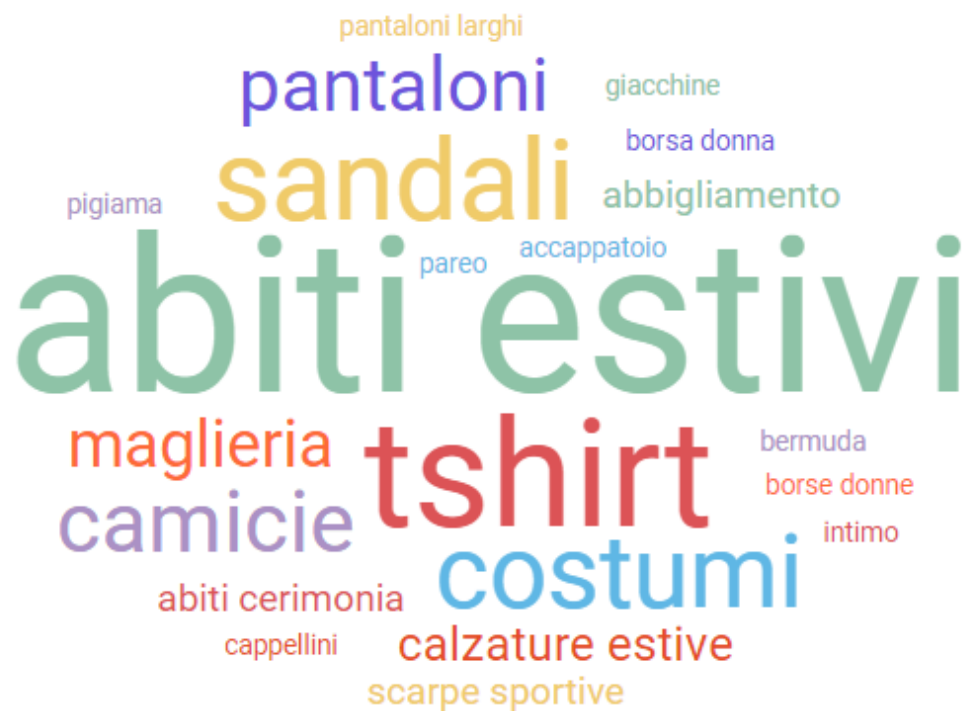
Comportamenti di acquisto



RISPOSTE MULTIPLE

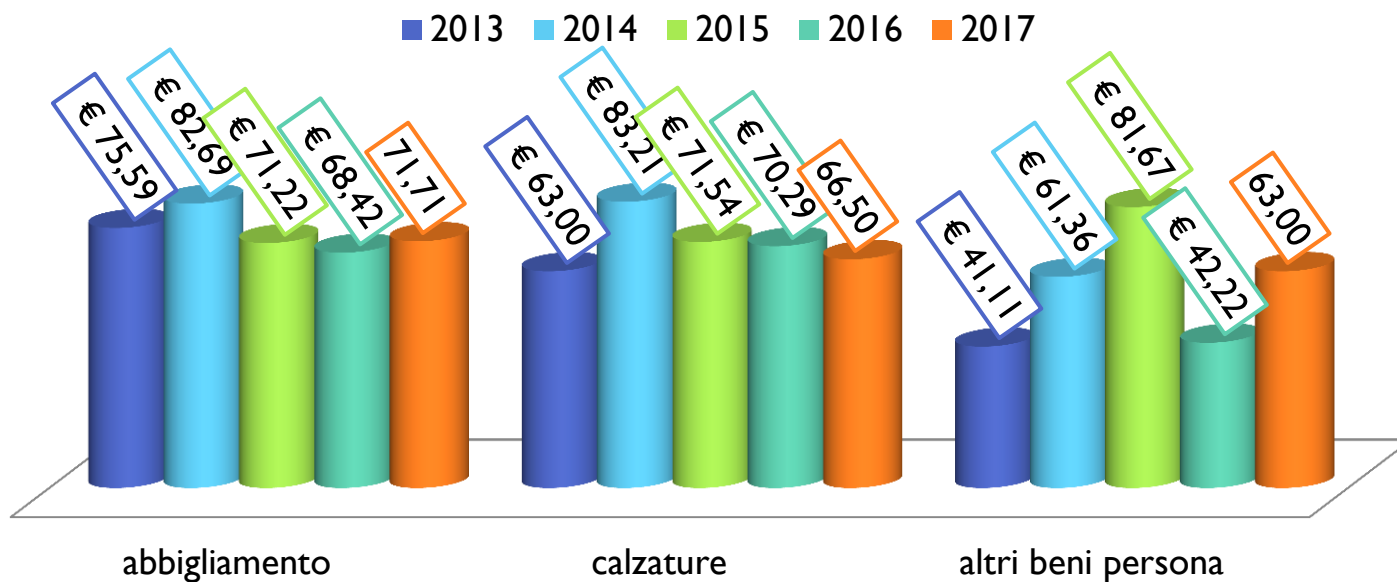
- ▶ I clienti hanno un atteggiamento di **attenta valutazione dei prezzi (35%)**. Gli acquisti sono limitati allo **stretto necessario (25%)**. Viene quindi a mancare l'acquisto d'impulso tipico dei saldi.
- ▶ Il 18% verifica il prezzo scontato e qualcuno ha segnalato che si informa anche sul web. Il 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.

I prodotti più venduti



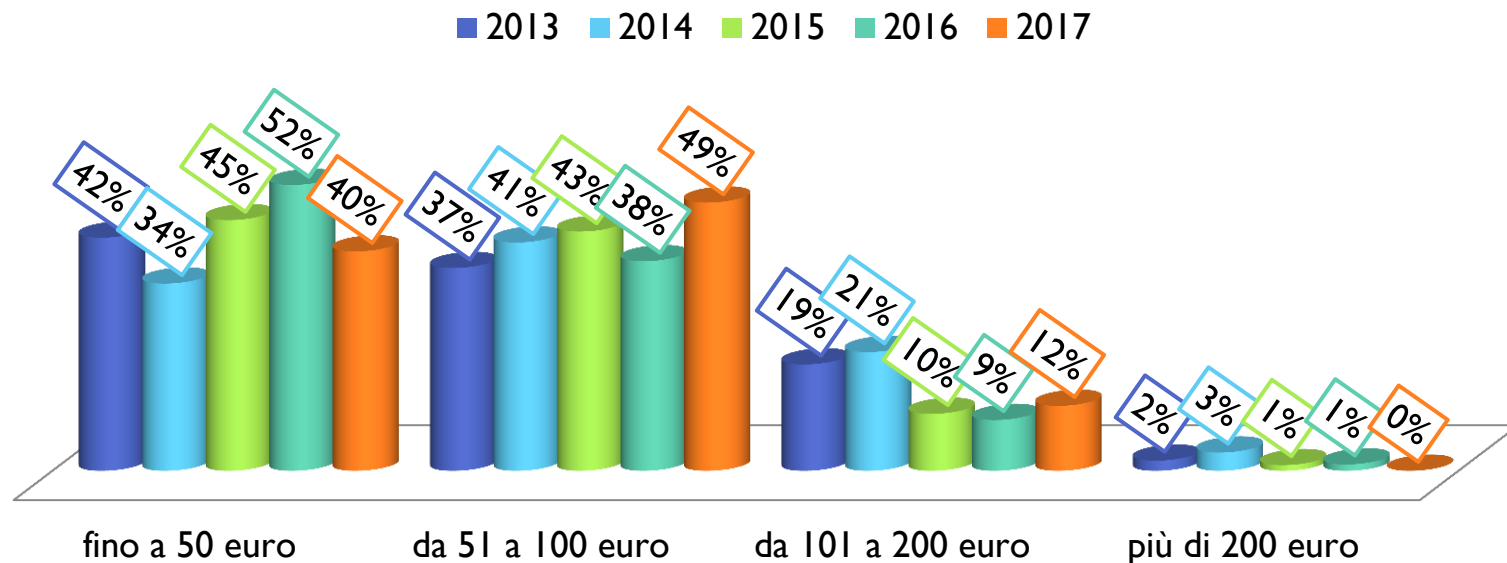
- ▶ Nell'abbigliamento i clienti si sono orientati sull'acquisto abiti estivi, t-shirt, camicie e costumi. Sandali e scarpe sportive sono i prodotti di punta per le calzature.

Spesa media pro-capite: confronto 2013 – 2017



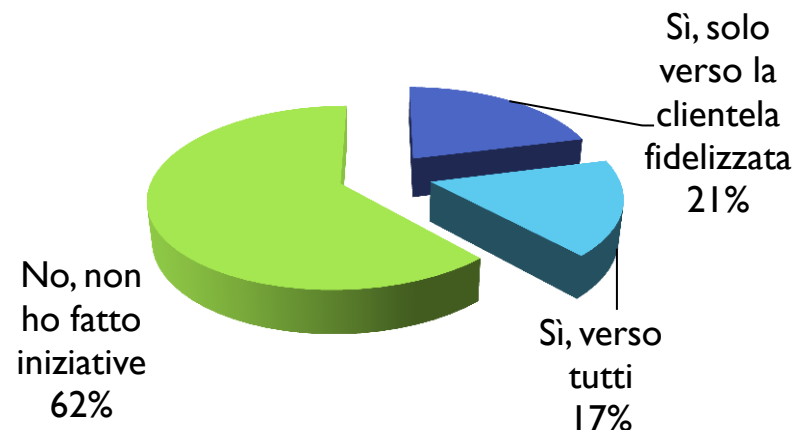
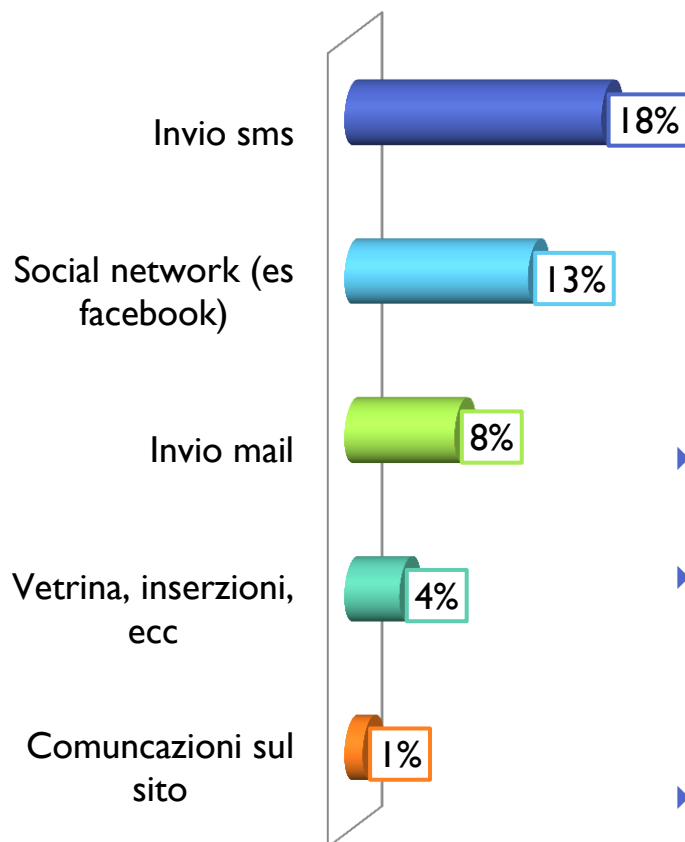
- ▶ Il **valore** della spesa media pro-capite è **stabile** per abbigliamento e calzature rispetto all'anno scorso; nel **2017 il valore medio della spesa media pro-capite è di circa 70 euro**. Il dato è coerente con il tipo di prodotti venduti in prevalenza: abitini, tshirt e sandali
- ▶ Se si considera 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.

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.

Scelte di comunicazione per i saldi estivi

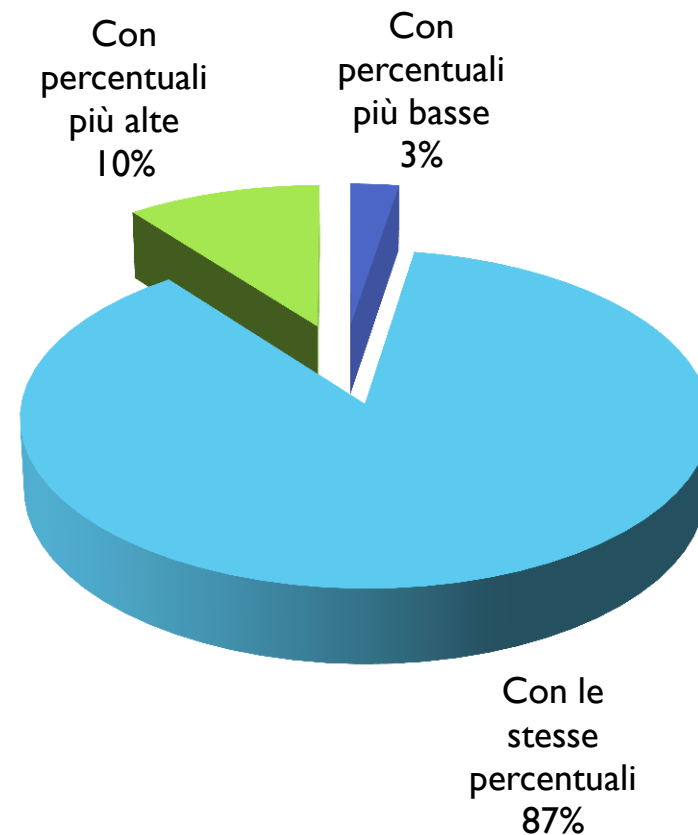


- ▶ Il 39% degli operatori ha adottato iniziative di comunicazione pre-saldi.
- ▶ Sono risultati efficaci soprattutto gli strumenti tecnologici come le comunicazioni via sms e sui social media, preferiti di gran lunga al sito, e le mail alla clientela fidelizzata.
- ▶ Le altre forme di comunicazione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

RISPOSTE MULTIPLE, % calcolate su quanti hanno fatto iniziative

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.



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