



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

EMILIA ROMAGNA



CONGIUNTURA FLASH ANDAMENTO SALDI ESTIVI 2018 - REPORT

19 luglio 2018



**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.

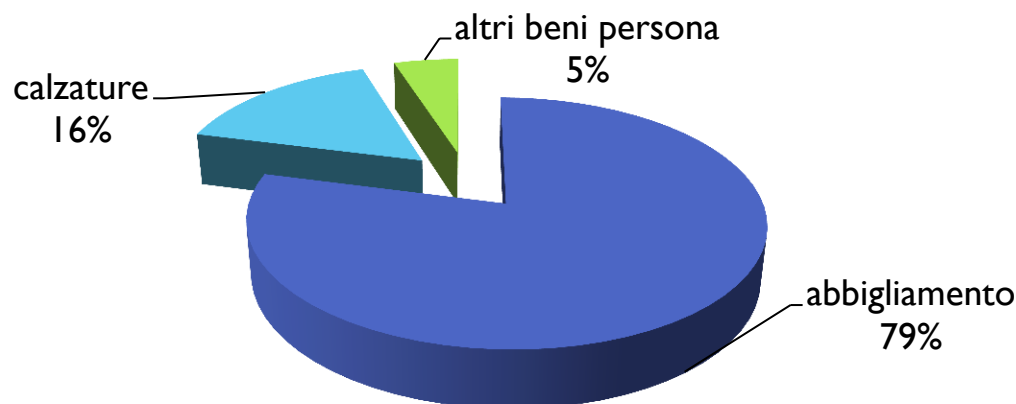
Metodo di rilevazione

- ▶ Per i saldi estivi del 2018 i dati sono stati raccolti tramite interviste online a operatori dell'abbigliamento, calzature e altri beni persona. I questionari sono stati compilati dal 9 al 17 luglio 2018.

Risultati attesi

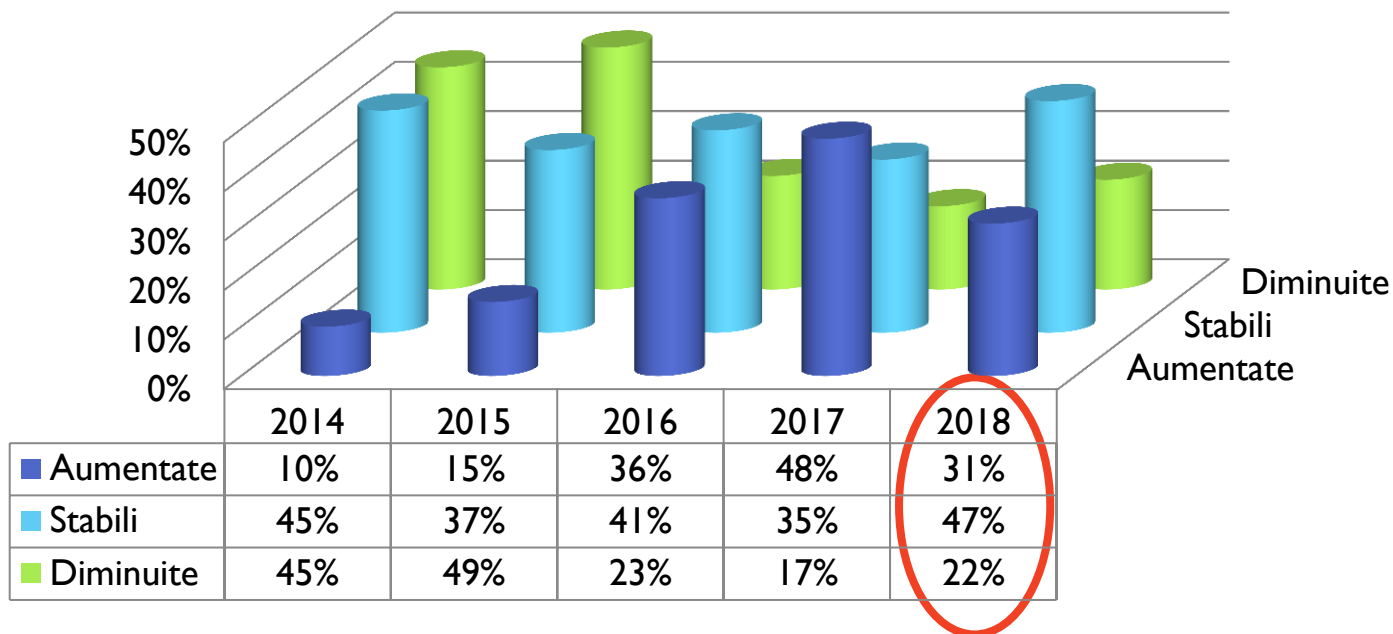
- ▶ Andamento delle prime due settimane di saldi estivi, spesa media, indicazioni sui comportamenti di acquisto.

Panel e note metodologiche



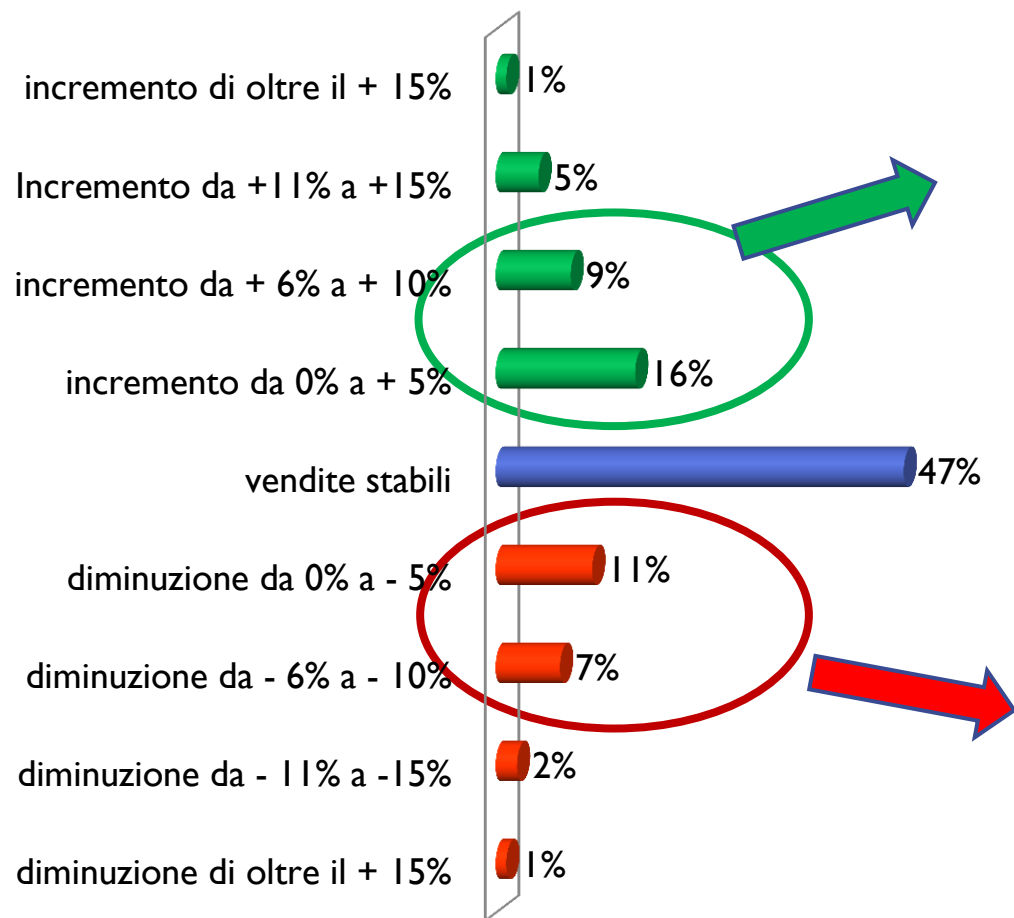
- ▶ Il panel è composto da punti vendita di abbigliamento, calzature, accessori, pelletteria, intimo, ecc.
- ▶ **Il 79%** dei negozi del panel vende **abbigliamento** e il **16% calzature**, il **5% altri beni persona**.
- ▶ Il 23% dei punti vendita tratta anche bambino (il 4% è specializzato su questo mercato), gli altri trattano solo abbigliamento per adulti. Il 26% tratta solo donna e il 10% 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



- ▶ Per il 47% degli operatori le vendite all'avvio dei saldi hanno avuto **un andamento stabile** rispetto all'anno scorso.
- ▶ Il **31%** circa degli operatori ha dichiarato un **aumento** e il 22% una diminuzione. **il saldo tra aumenti e diminuzioni, è positivo** ($31\% - 22\% = +9\%$).
- ▶ Rispetto all'anno scorso **è aumentato il numero degli imprenditori che rileva una stabilità** (dal 35% nel 2017 si è passati al 47% nel 2018).

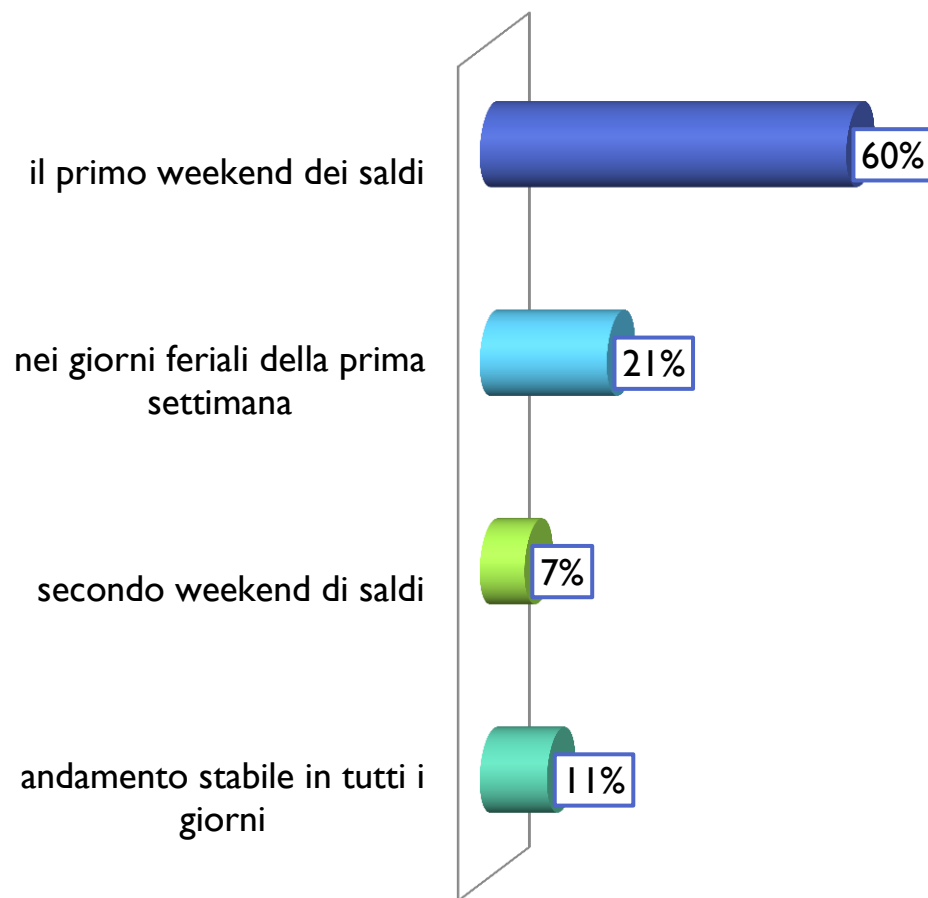
Andamento in dettaglio delle vendite



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

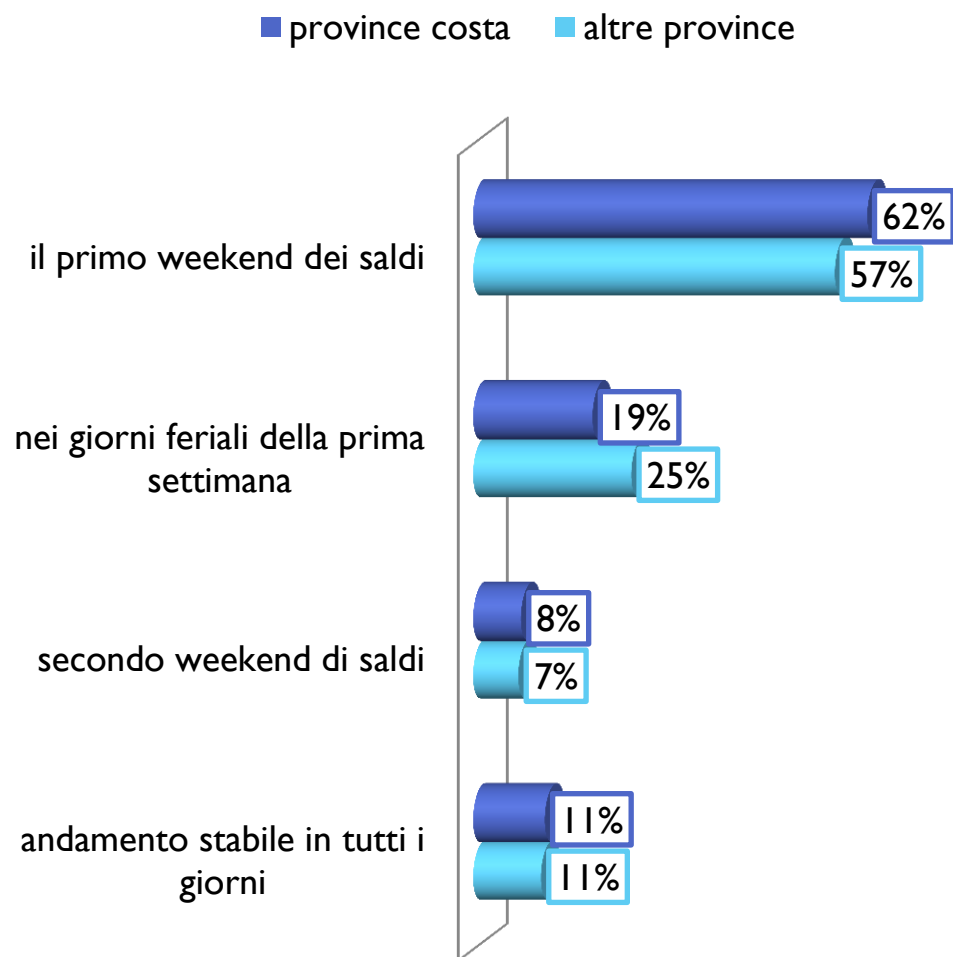
- ▶ Coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite hanno segnalato comunque un calo contenuto (entro il 10%).

Andamento vendite nei primi giorni – analisi per giorni



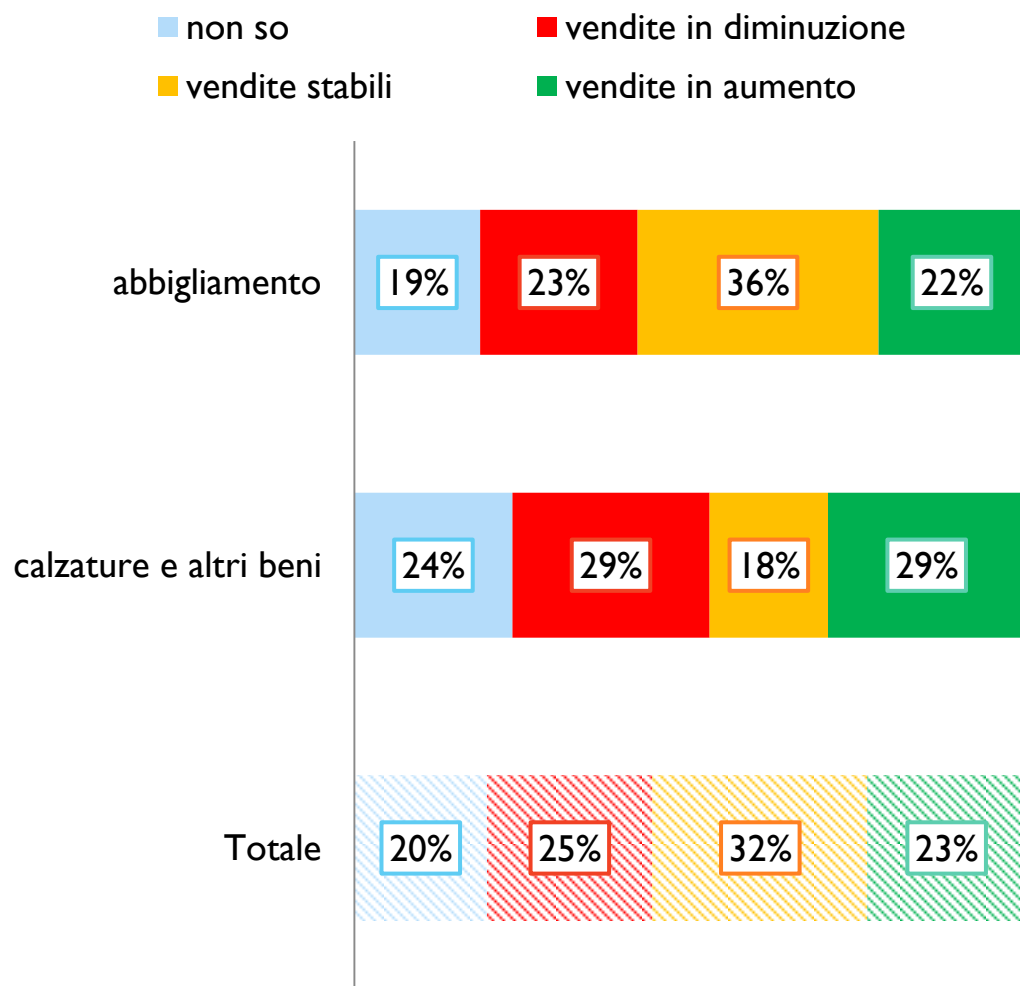
- ▶ Il 60% degli operatori ha dichiarato che il picco delle vendite si è registrato nel primo weekend.
- ▶ Il 21% ha venduto di più durante le giornate infrasettimanali, e il 7% ha avuto i migliori risultati nel secondo weekend.
- ▶ L'11% ha segnalato un andamento omogeneo delle vendite nei primi 10 giorni di saldi.

Andamento delle vendite nelle prime 2 settimane – per area



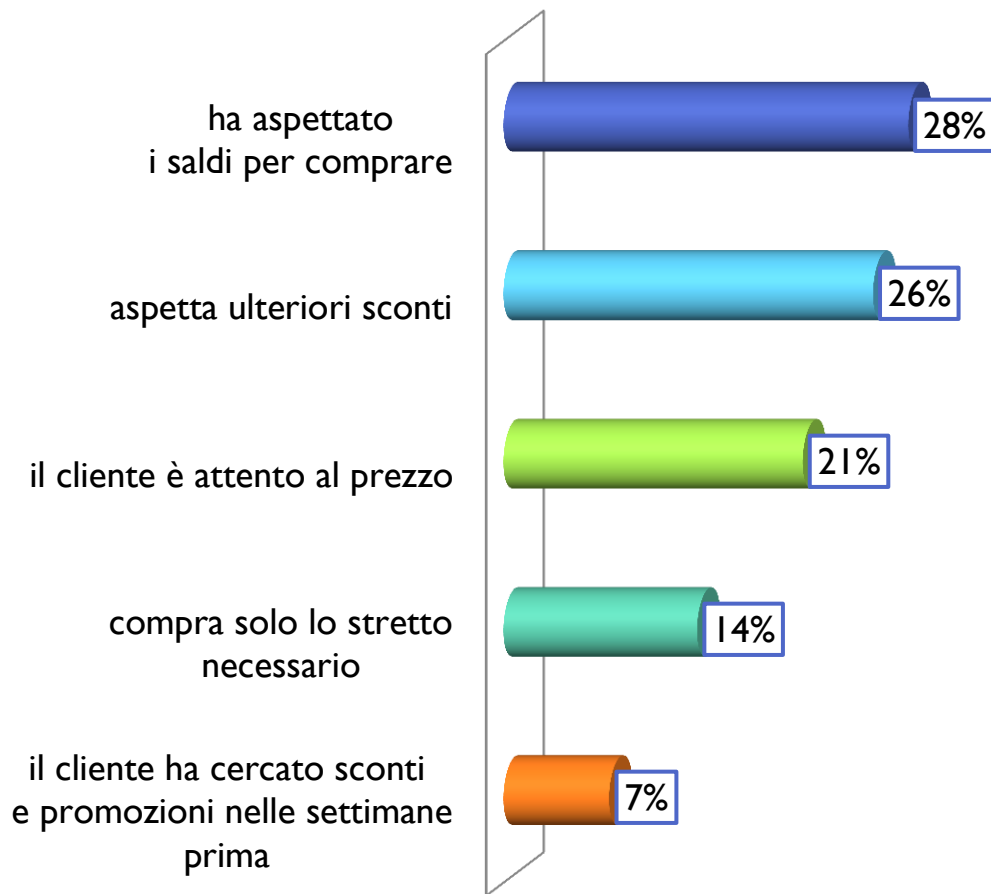
- ▶ Nelle zone costiere il primo weekend dei saldi è coinciso anche con la Notte Rosa. Il 62% degli operatori delle province adriatiche hanno infatti segnalato un picco proprio nei primi giorni di saldi (57% nelle altre province).
- ▶ Le vendite infrasettimanali sono andate bene per il 19% degli operatori della costa e per il 25% delle altre province.

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 32%; non esprimono una previsione 20%).
- ▶ Gli operatori che prevedono una diminuzione sono di poco superiori a quelli che ipotizzano un aumento (25% vs 23%).
- ▶ Gli operatori dell'abbigliamento esprimono un certo ottimismo; mentre quelli degli altri beni persona sono più incerti.

Comportamenti di acquisto



RISPOSTE MULTIPLE

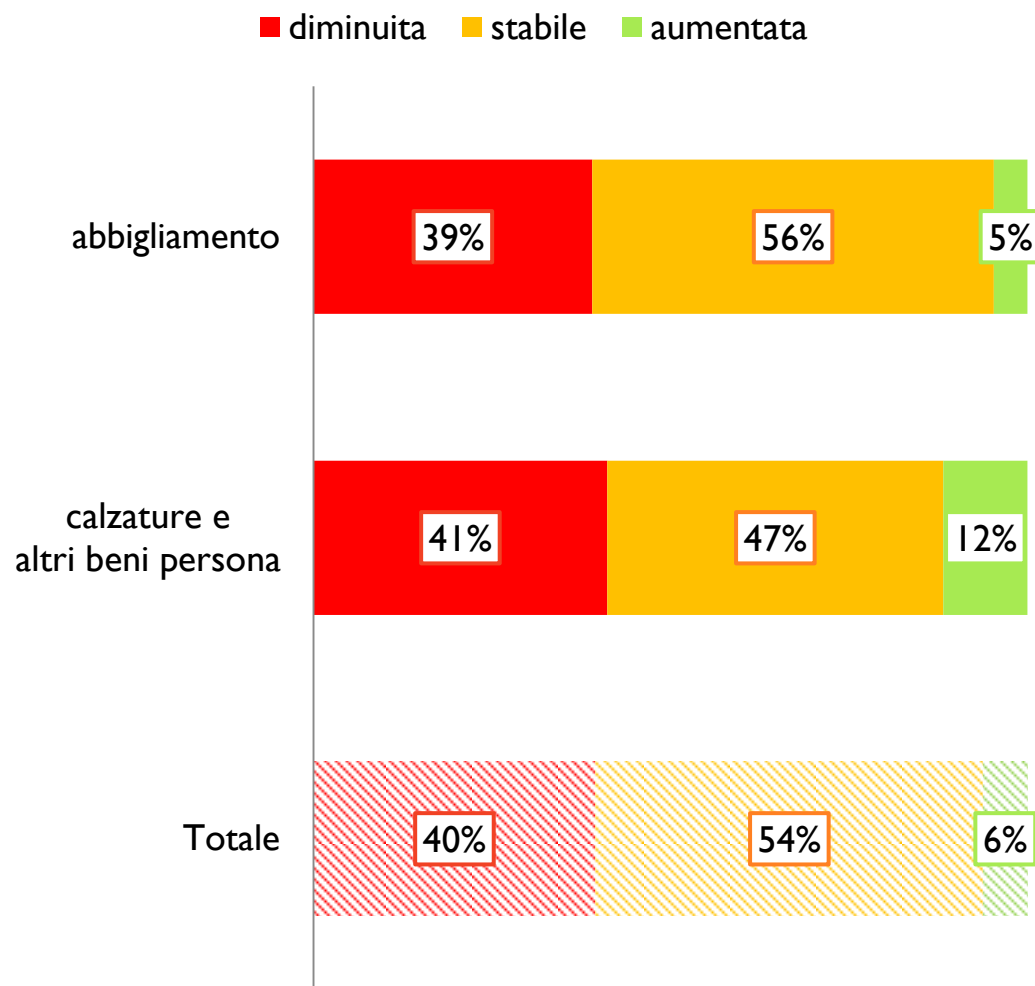
- ▶ Il 28% degli operatori segnala che la clientela ha aspettato i saldi per comprare i capi estivi. E il 26% aspetta ulteriori ribassi per acquistare.
- ▶ I clienti che acquistano in queste prime settimane di saldi comunque hanno un atteggiamento di **attenta valutazione dei prezzi (21%)**. Gli acquisti sono limitati allo **stretto necessario (14%)**. Viene quindi a mancare l'acquisto d'impulso tipico dei saldi.
- ▶ Il 7% degli operatori segnala che i clienti hanno cercato le promozioni prima dei saldi

I prodotti più venduti



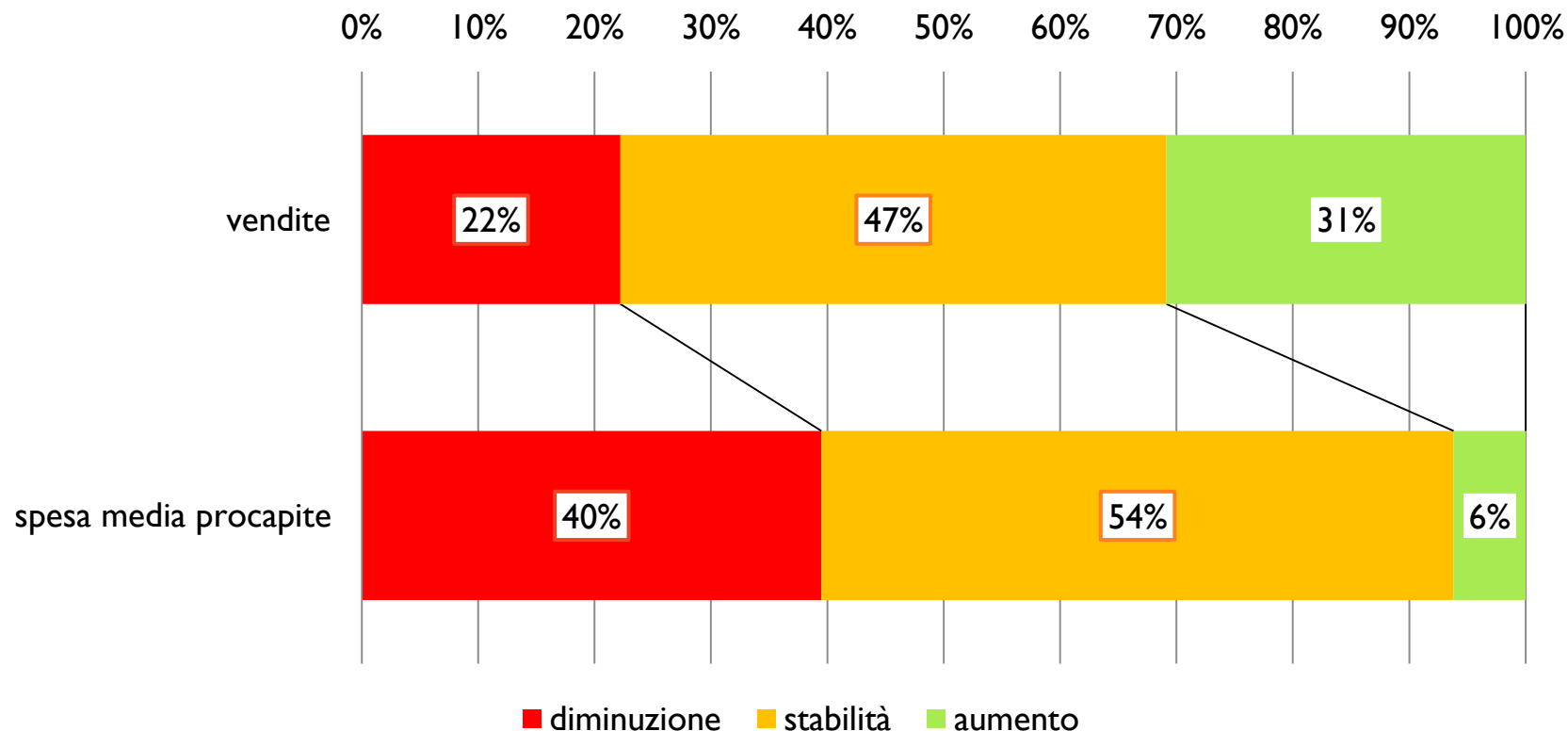
- ▶ Nell'abbigliamento i clienti si sono orientati sull'acquisto di abiti estivi, t-shirt, polo e sandali.

Andamento spesa



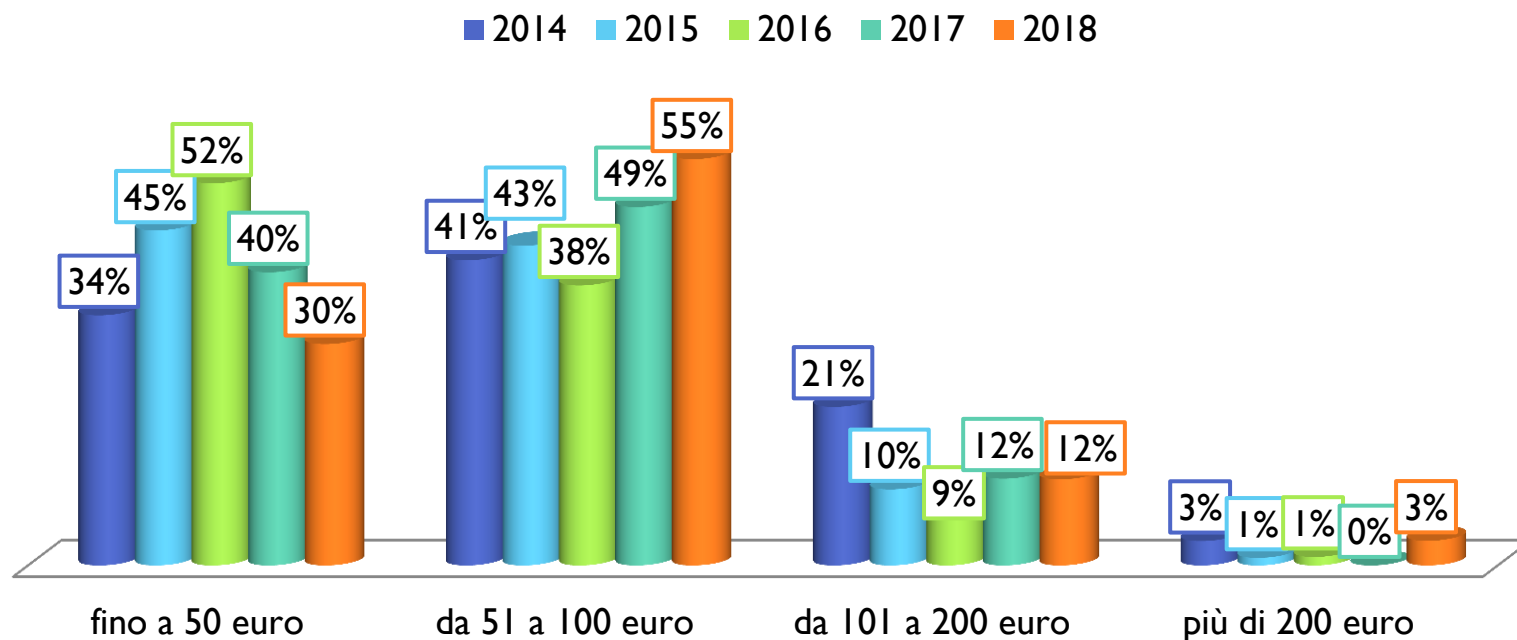
- ▶ Per il 54% degli operatori la clientela spende in linea con l'anno scorso.
- ▶ Per il 40% invece la percezione è che i clienti abbiamo speso di meno.
- ▶ Nelle calzature e negli altri beni persona, si riscontra una maggiore variabilità di spesa, mentre nell'abbigliamento la spesa è uguale o inferiore all'anno scorso.

Andamento vendite e andamento spesa - confronto



- ▶ In sintesi nella percezione degli operatori ci sono state più persone che hanno fatto acquisti rispetto al 2017, ma con una spesa media tendenzialmente uguale o inferiore a quella dell'anno scorso.

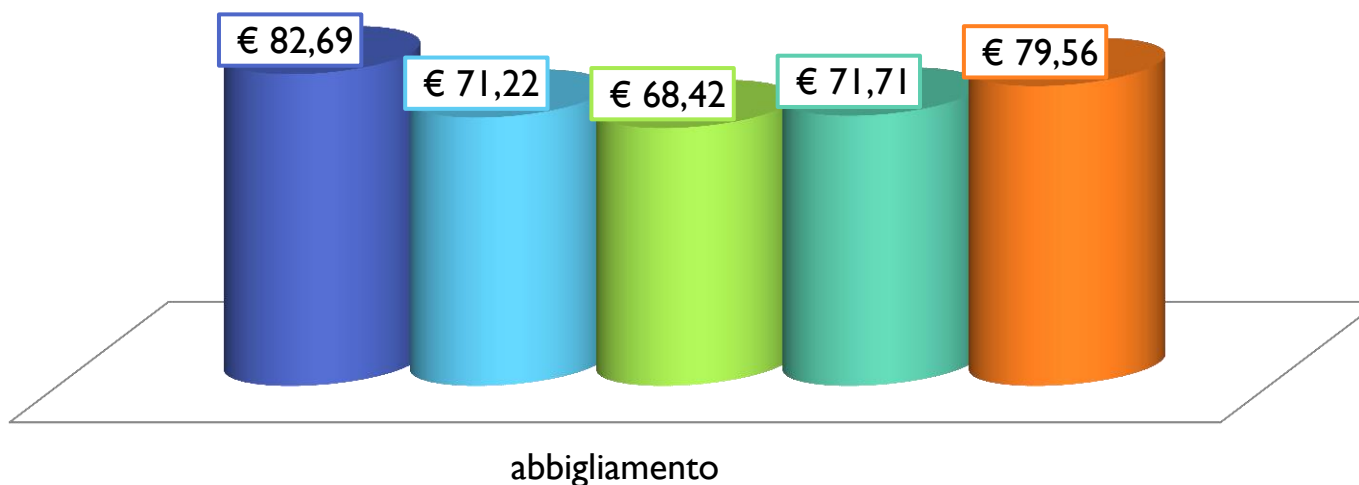
Fasce di spesa media pro-capite: 2014 – 2018



- ▶ La spesa **entro i 50 euro è diminuita** nel 2018, rispetto al 2017.
- ▶ È aumentata invece la spesa tra i 51 e i 100 euro.
- ▶ Gli acquisti si sono quindi polarizzati sulla fascia media di prezzo.

Scontrino medio per **il settore abbigliamento**

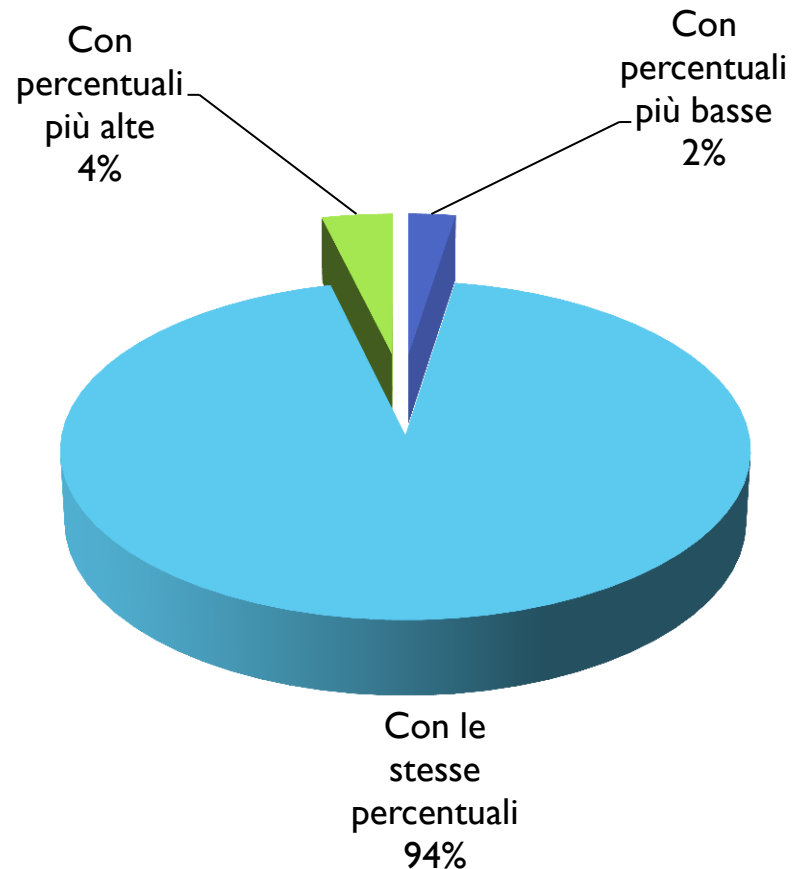
■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018

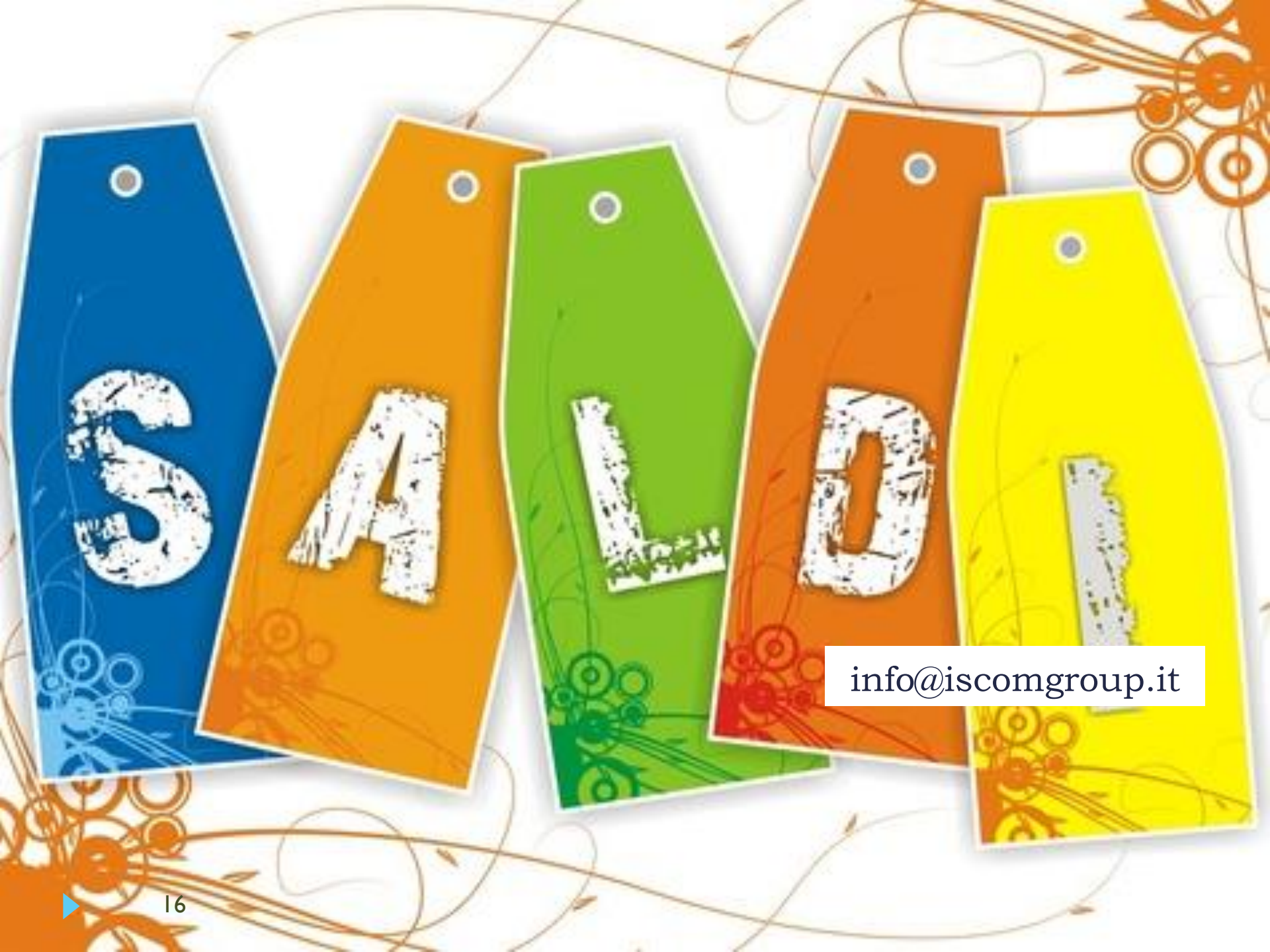


- ▶ Lo scontrino medio **nell'abbigliamento** si è leggermente alzato nel 2018 fino a raggiungere in queste due settimane circa 80 euro.
- ▶ La spesa per famiglia, considerando 2,2 componenti per nucleo (dati ISTAT – Emilia Romagna al 31/12/2017) ammonta a 175 euro.
- ▶ Il valore è coerente con le tipologia di capi di abbigliamento più venduti.

Scontistica applicata ai saldi estivi

- ▶ La stragrande maggioranza (**94%**) ha avviato i saldi con la **stessa scontistica dell'anno scorso**.
- ▶ Solo il 4% ha deciso di partire con percentuali di sconto più basse.





info@iscomgroup.it