



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA



ISCOM
GROUP

Rilevazione Saldi invernali 2018

**CONGIUNTURA ECONOMICA E
ANDAMENTO CONSUMI**



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA



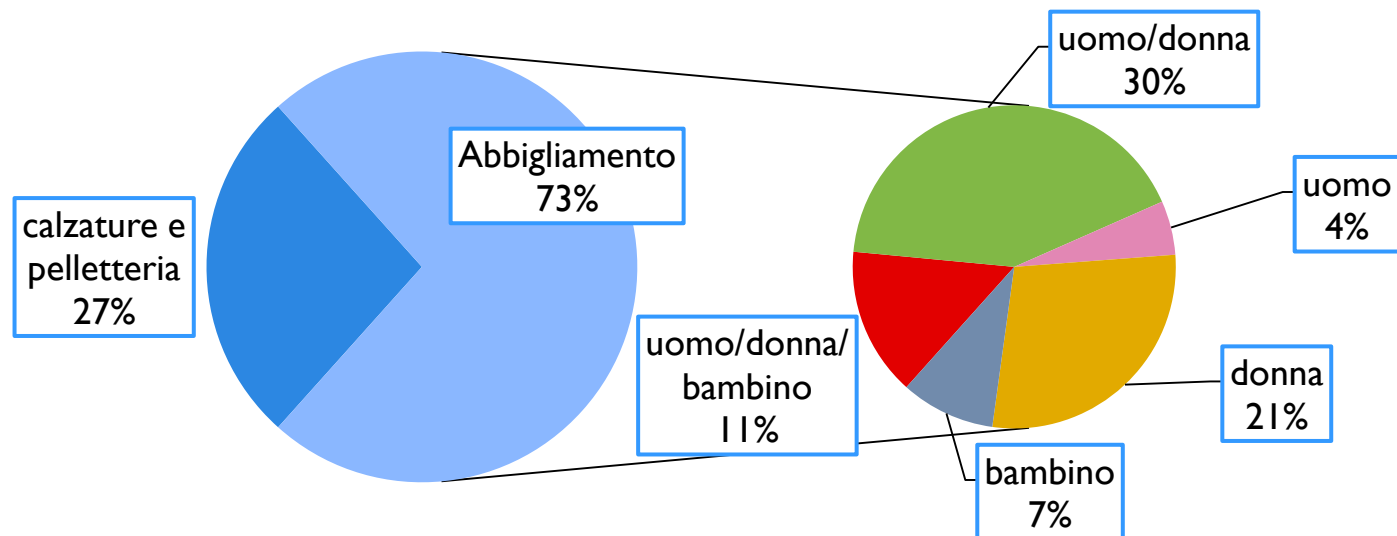
ISCOM
GROUP

Interviste a un panel di operatori
che operano sul territorio regionale





Panel e note metodologiche

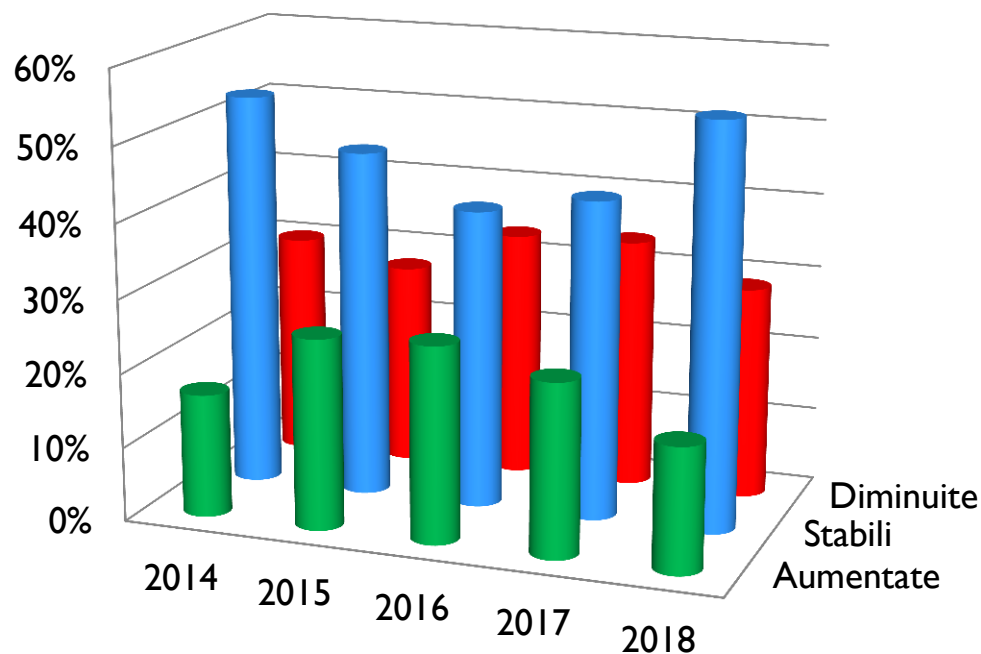


- ▶ Il panel è composto da punti vendita di beni per la persona (101 interviste valide).
- ▶ Il 73% dei negozi del panel vende abbigliamento. Di questi il 30% è specializzato in abbigliamento uomo/donna, rivolto quindi solo ad adulti, e il 18% vende anche articoli per bambini (gli specializzati solo bambino sono il 7%). Un altro 21% vende solo capi donna e il 4% solo uomo.
- ▶ I punti vendita di calzature e accessori di pelletteria sono il 27%.
- ▶ Il panel risulta quindi coerente con l'obiettivo della rilevazione.



Andamento delle vendite nei saldi invernali dal 2014

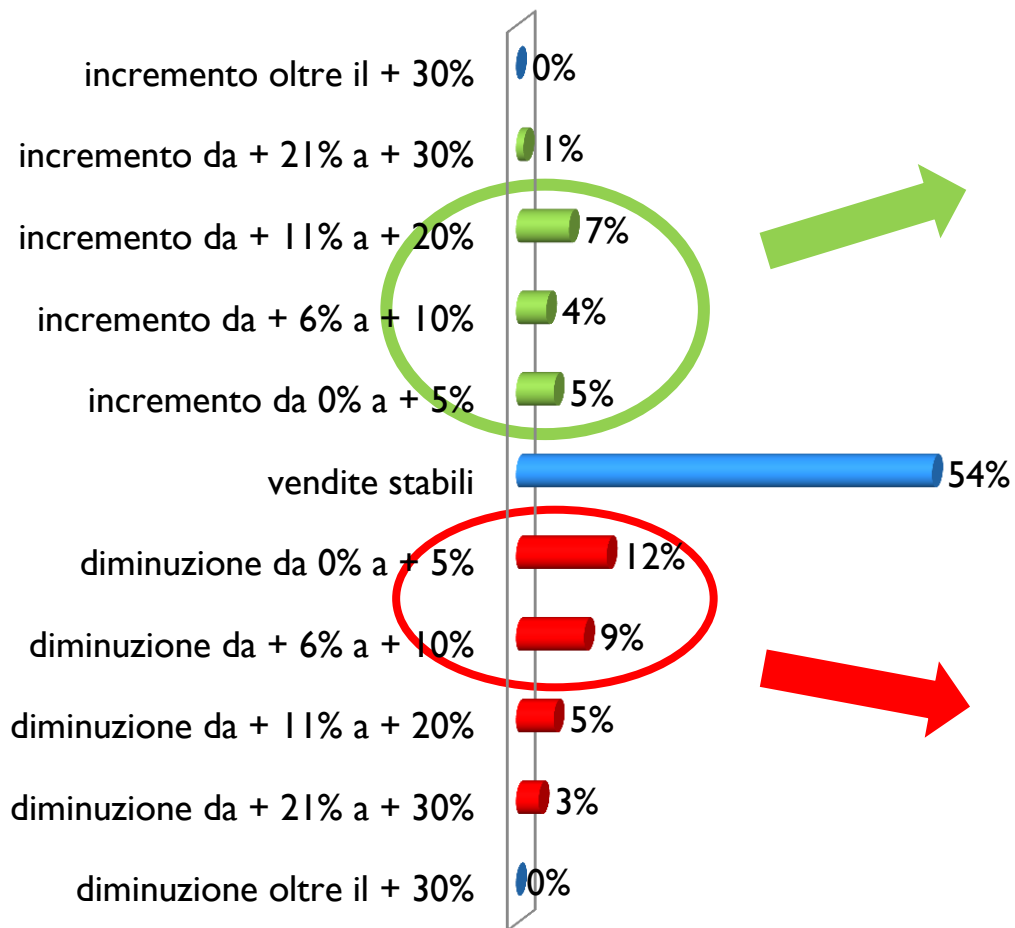
- ▶ Il **54%** circa degli operatori ha dichiarato un **andamento stabile delle vendite** rispetto all'anno scorso.
- ▶ Il **17%** circa segnala un **aumento delle vendite**, (nel 2015 lo aveva indicato il 26%) e il 31% una diminuzione.
- ▶ Negli ultimi 3 anni il numero degli imprenditori che rileva un aumento **si è stabilizzato**.



	2014	2015	2016	2017	2018
■ Aumentate	17%	26%	26%	23%	17%
■ Stabili	53%	47%	40%	43%	54%
■ Diminuite	30%	27%	33%	34%	29%



Andamento in dettaglio delle vendite



▶ Chi ha dichiarato vendite in aumento ha avuto incrementi anche fino al 20%.

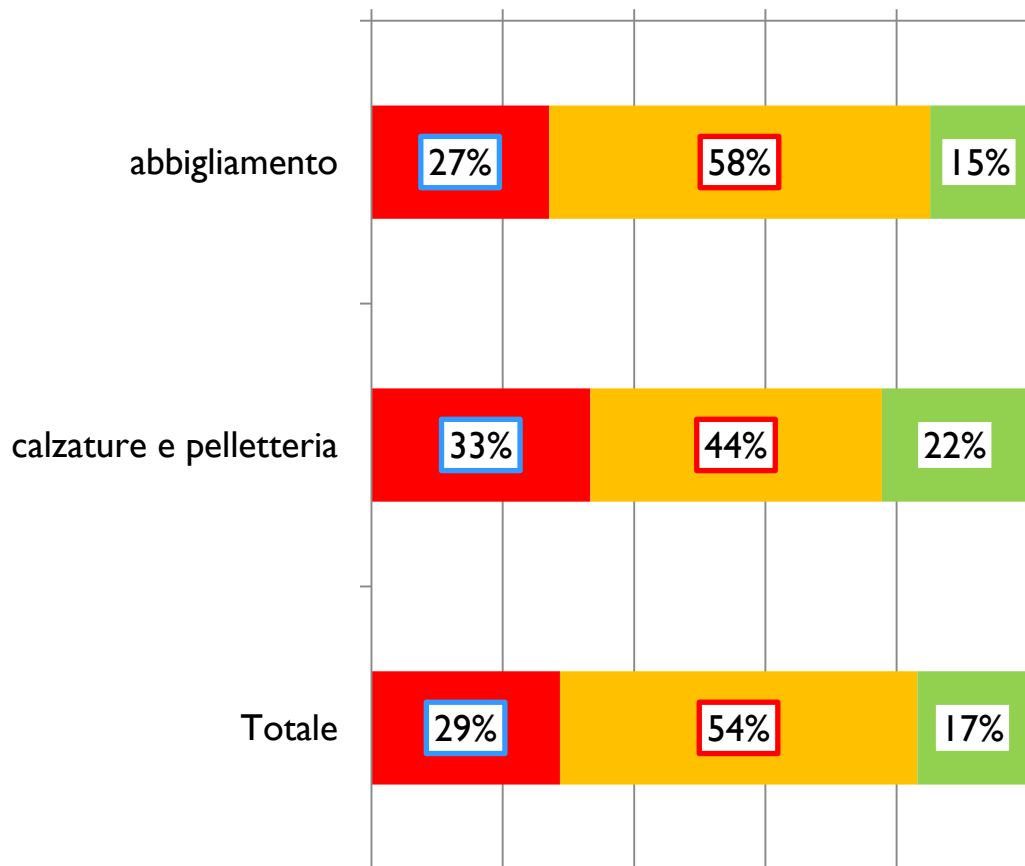
▶ In prevalenza coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite **hanno segnalato comunque un calo contenuto** (inferiore al 10%).



Andamento delle vendite per merceologia

■ Diminuite ■ Stabili ■ Aumentate

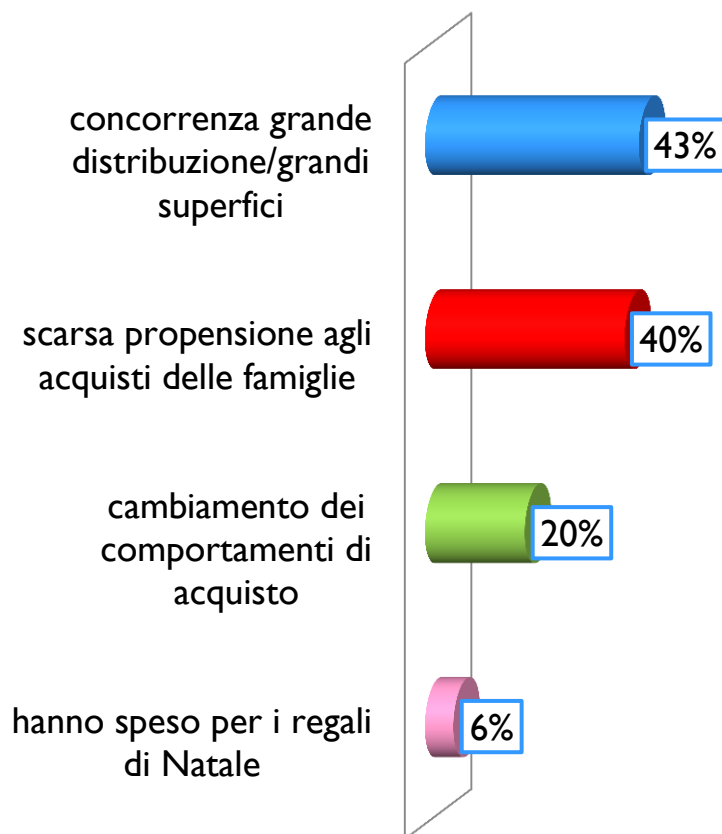
0% 20% 40% 60% 80% 100%



- ▶ Per l'abbigliamento le vendite sono **stabili per il 58%** e in crescita per il 15% degli intervistati.
- ▶ Nelle calzature e negli altri beni persona si rileva un andamento stabile delle vendite nei saldi per il 44% e in **crescita per il 22%** degli imprenditori.



Motivi della diminuzione delle vendite nei saldi invernali

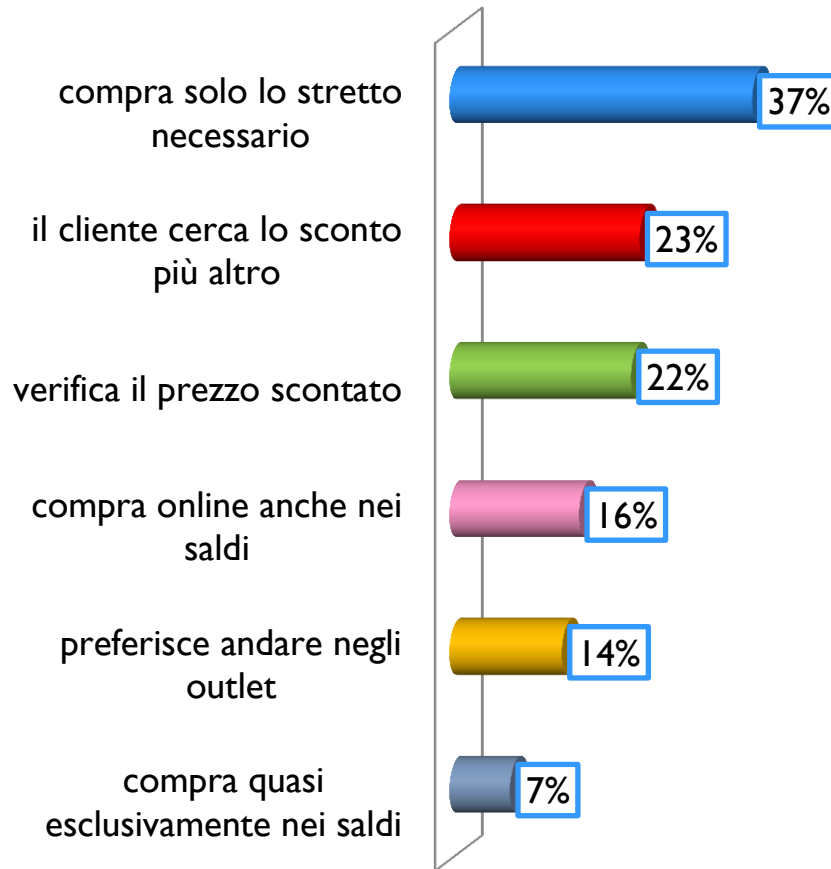


- ▶ La **concorrenza di altre formule commerciali** è la principale causa della contrazione delle vendite nel periodo dei saldi (43%).
- ▶ Gli intervistati (40%) segnalano che la propensione alla spesa dei consumatori per gli acquisti nei saldi non è ancora sufficiente per determinare una completa ripresa delle vendite. Il 20% segnala un cambiamento nei comportamenti di acquisto.
- ▶ Coloro che hanno segnalato un andamento in crescita o stabilità segnalano una **stabilizzazione della capacità di spesa e un nuovo interesse per lo shopping** e quindi per gli aspetti ludici del fare acquisti.

RISPOSTE MULTIPLE; % calcolate su chi ha dichiarato una diminuzione



Comportamenti di acquisto

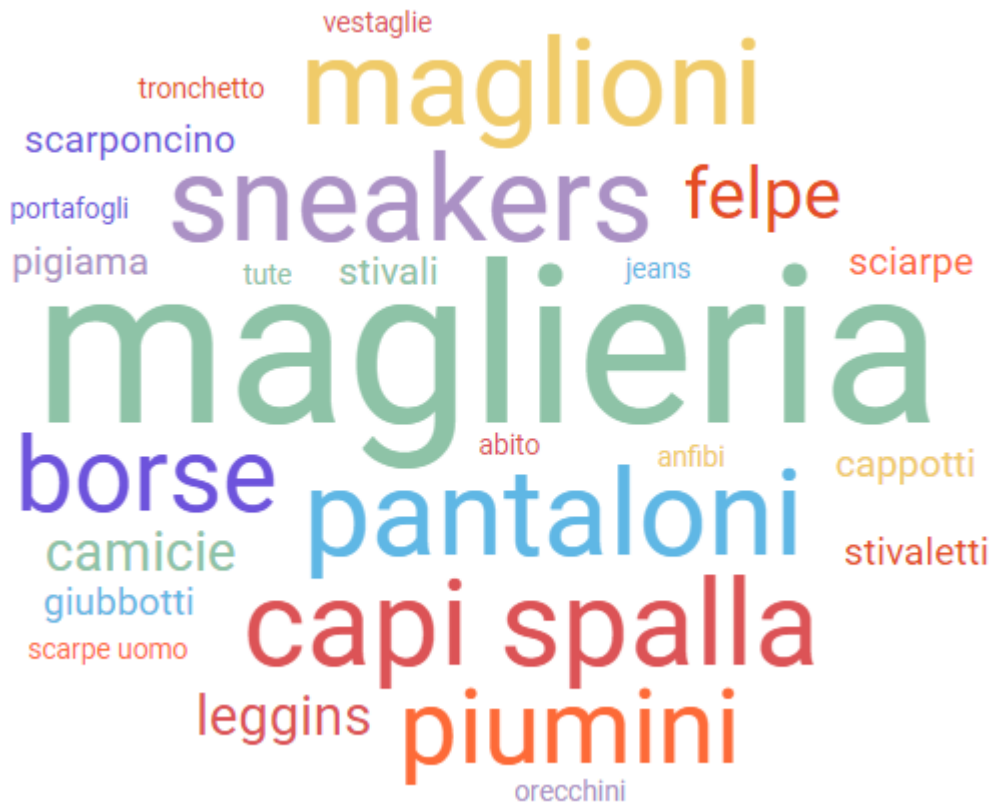


RISPOSTE MULTIPLE

- ▶ Ancora pochi acquistano d'impulso, prevalentemente **si compra lo stretto necessario (37%)**, si cercano i capi che non sono stati acquistati in stagione.
- ▶ Circa il 22/23% degli operatori segnala che il consumatore cerca lo sconto più alto e **verifica con attenzione il prezzo scontato.**
- ▶ Il 16% segnala la concorrenza delle vendita on line anche durante i saldi e la scelta degli outlet per gli acquisti scontati (14%)



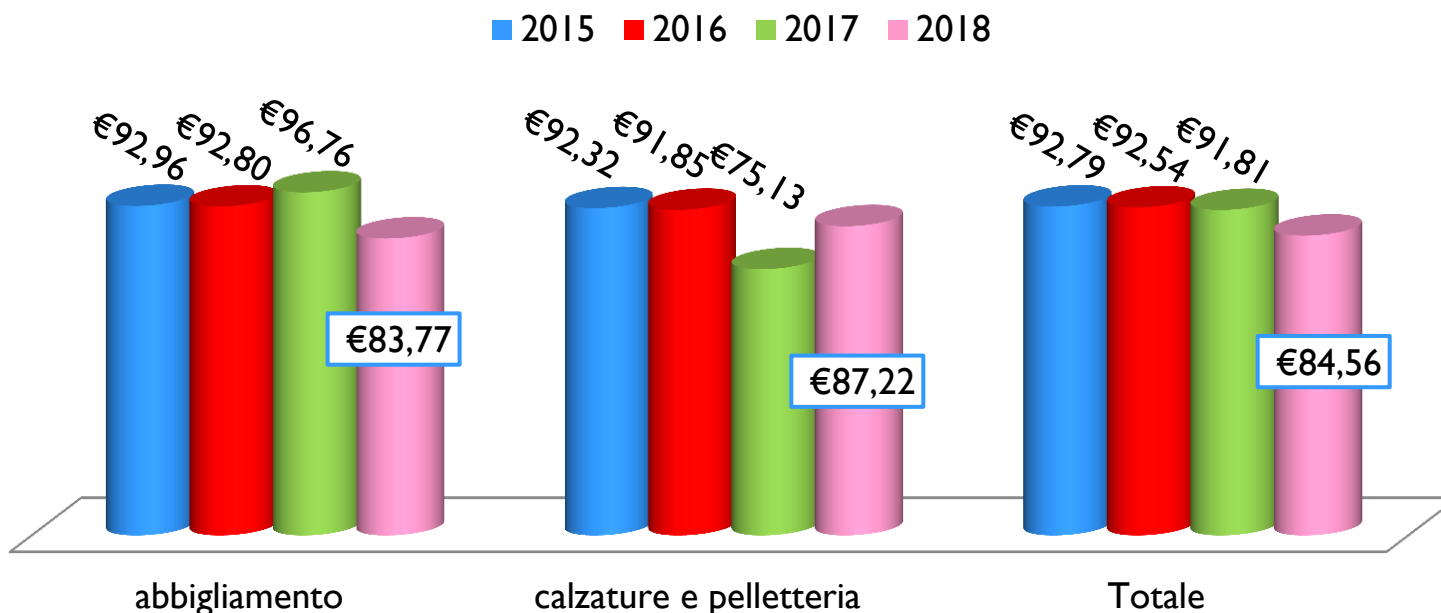
I prodotti più venduti



- ▶ Nell'abbigliamento i clienti si sono orientati sull'acquisto di maglieria e capispalla (citati piumini, giubbotti e cappotti), e pantaloni.
- ▶ Vendute, tra le calzature, le sneakers di marca, gli stivaletti, e i tronchetti.
- ▶ Come accessori citati, oltre alle borse, anche le sciarpe.



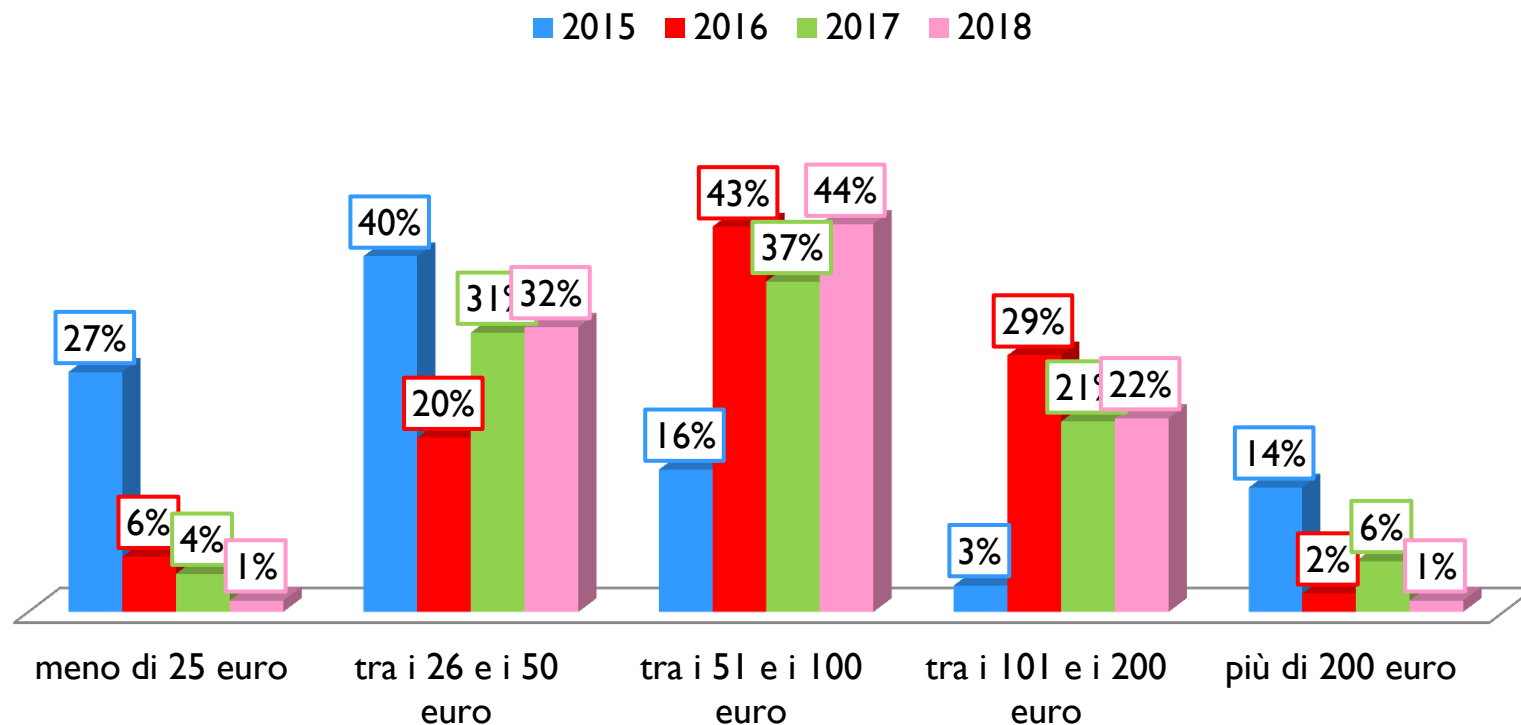
Spesa media pro-capite: valori a confronto dal 2015



- ▶ Il **valore della spesa media pro-capite è stabile, con un leggero decremento** rispetto all'ultimo anno : nel 2015 era di 92 euro e nel 2017 è di **85 euro**.
- ▶ Per l'abbigliamento il valore è diminuito, intorno agli 83 euro, mentre per le calzature è aumentato passando da 77 euro a 87.
- ▶ 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 187 euro**.



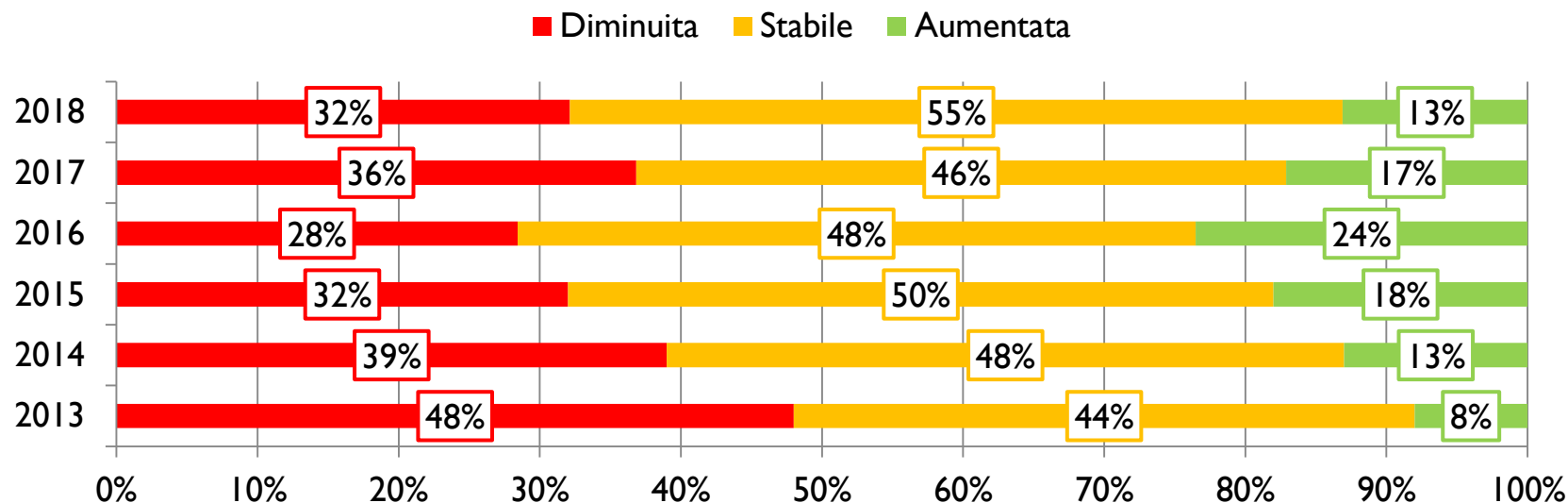
Fasce di spesa media pro-capite: confronto dal 2015



- ▶ È decisamente aumentata la spesa nella fascia tra i 51 e i 100 euro.
- ▶ Sono diminuite invece quelle minori di 25 euro; quelle sopra i 100 euro sono stabili.



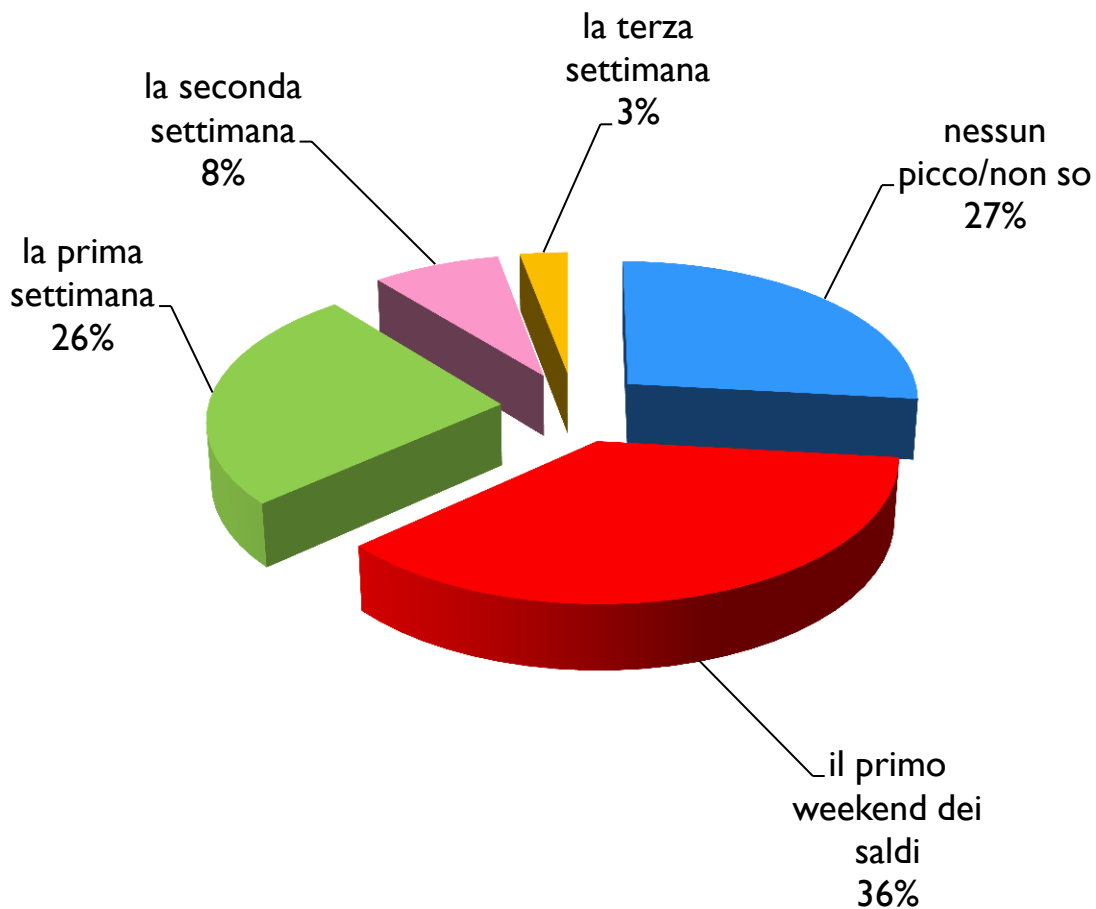
Andamento della spesa media per i saldi invernali



- ▶ La spesa dei consumatori per i saldi invernali risulta **stabile per il 44%**, **aumentata per l'8%** e **diminuita per il 48%** degli operatori.
- ▶ **Le vendite sono stabili, la spesa invece è in diminuzione:** i consumatori hanno, anche nei saldi, un atteggiamento di grande prudenza negli acquisti.



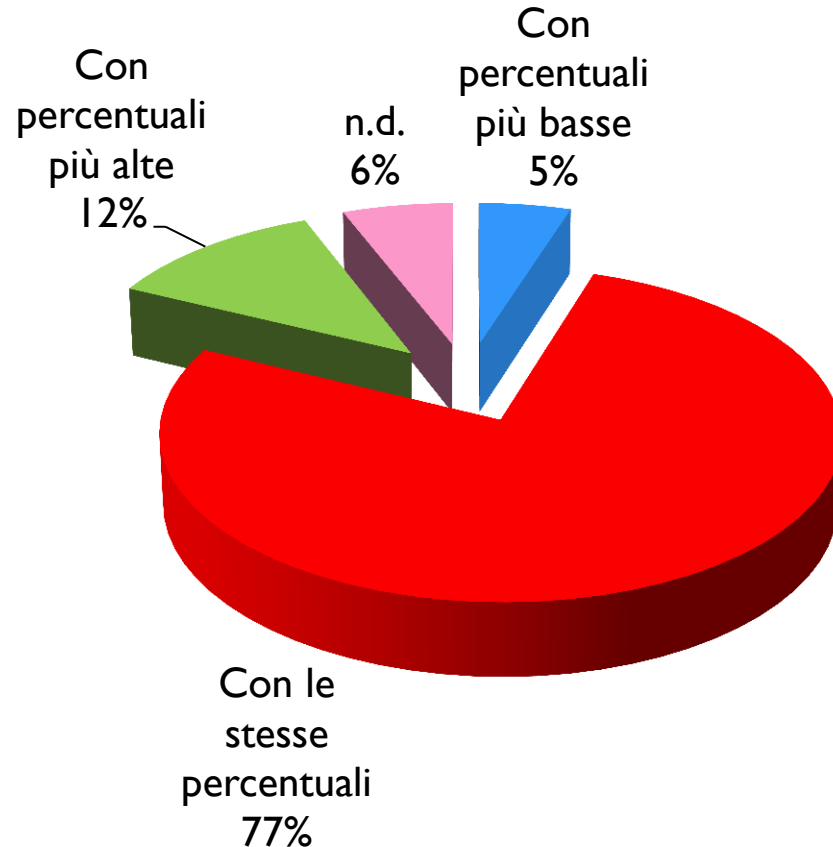
Periodi di picco delle vendite nei saldi



- ▶ Il 36% degli operatori ha avuto il **picco di vendite nel primo weekend**, e il 26% nella prima settimana.
- ▶ Nelle settimane successive le vendite sono rallentate, anche in caso di ulteriori abbassamenti dei prezzi.



Percentuali di sconto



- ▶ Il 77% degli operatori ha iniziato i saldi con le stesse percentuali dell'anno precedente.
- ▶ Si tratta di una scelta che non risulta variata nel tempo.



Incidenza dei saldi sul fatturato annuo

INCIDENZA DEI SALDI SUL FATTURATO TOTALE DEL 2017

	%
Meno del 10%	21%
Dal 11 al 20%	34%
Dal 21 al 30%	28%
Oltre il 31%	3%
Non so	14%
Totale	100%

- ▶ Per il **55%** degli operatori, lo scorso anno i saldi di fine stagione hanno avuto **una incidenza fino al 20% del fatturato annuale**.
- ▶ Questo livello di incidenza è sostanzialmente costante nel tempo, nel 2017 era il 51%. I saldi quindi rappresentano una componente importante del fatturato dei punti vendita al dettaglio di beni per la persona.

