



Inizio scuola 2018
Congiuntura flash

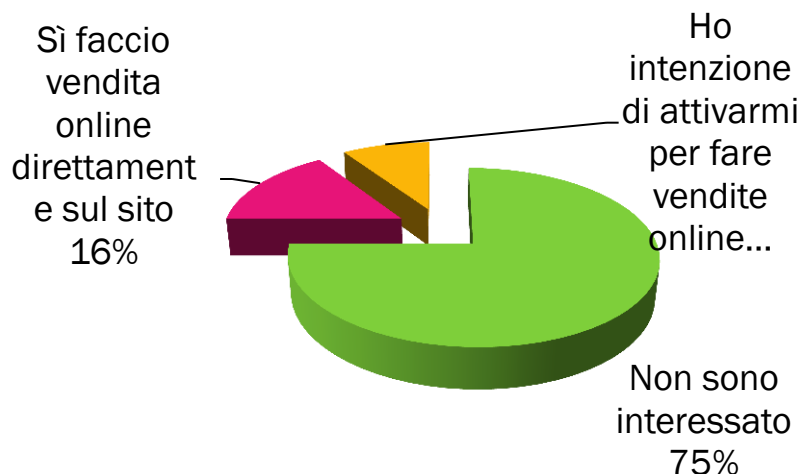
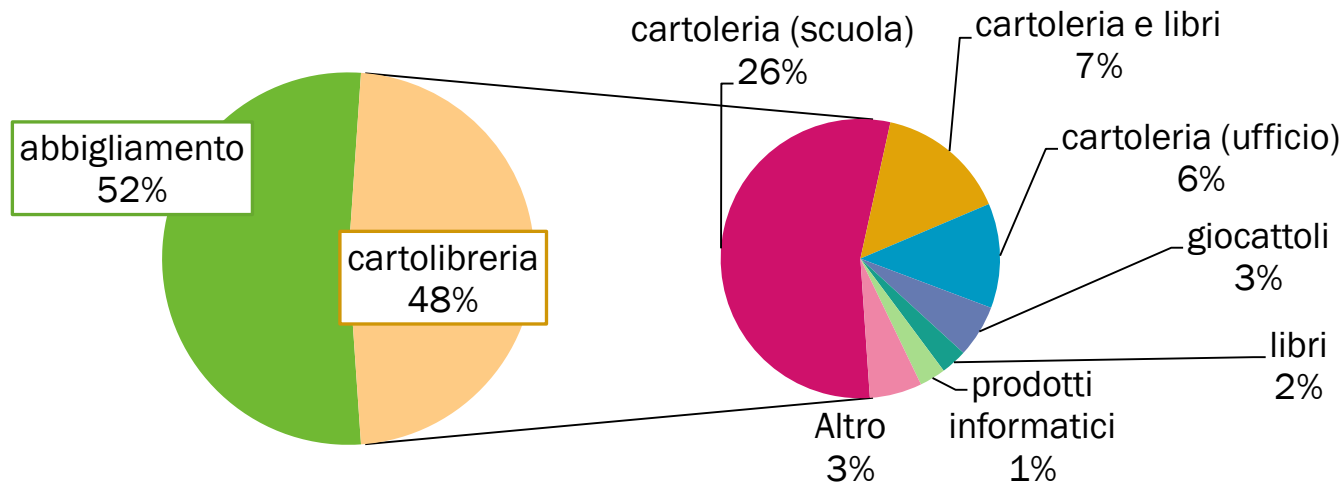


Panel e metodologia



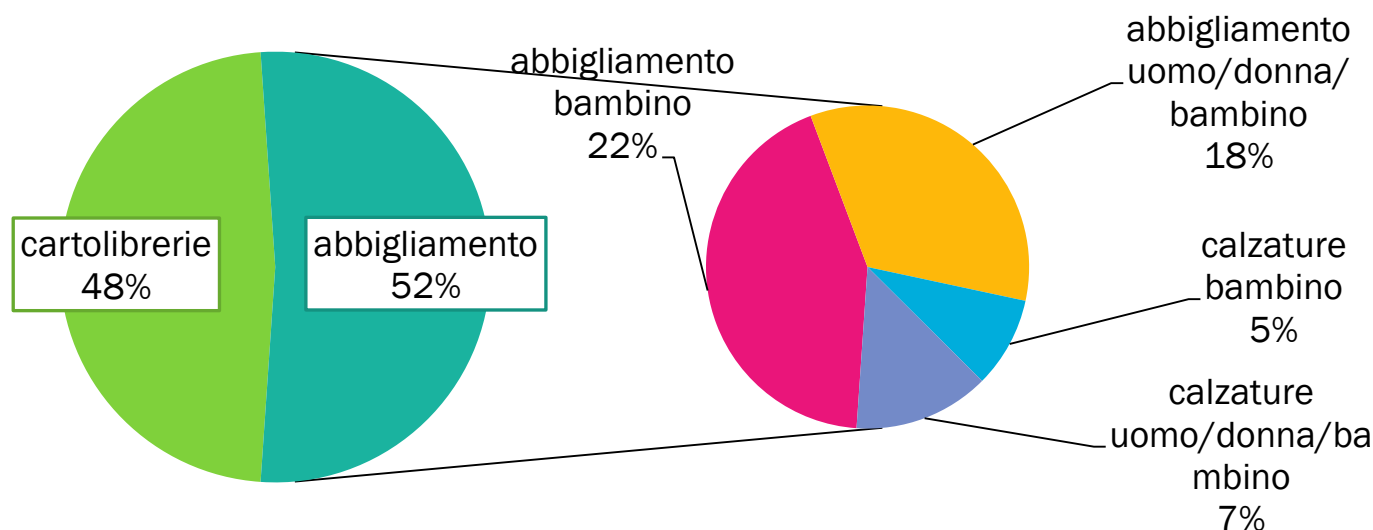
- Il panel di operatori risulta composto per il 52% da operatori del settore abbigliamento e calzature e per il 48% da cartolerie, punti vendita di prodotti di informatica, giocattoli e librerie.
- Gli intervistati sono per il 93% titolari dell'azienda, e per il restante 7% responsabili od operatori del punto vendita.
- Le interviste sono state raccolte dal 17 al 28 settembre 2018.

Panel cartolerie



- Il 48% degli operatori vende articoli di cartoleria per scuola e ufficio, giocattoli, libri e prodotti informatici.
- Il 26% è specializzato su articoli scolastici.
- Il 16% fa anche vendite online

Panel abbigliamento e calzature



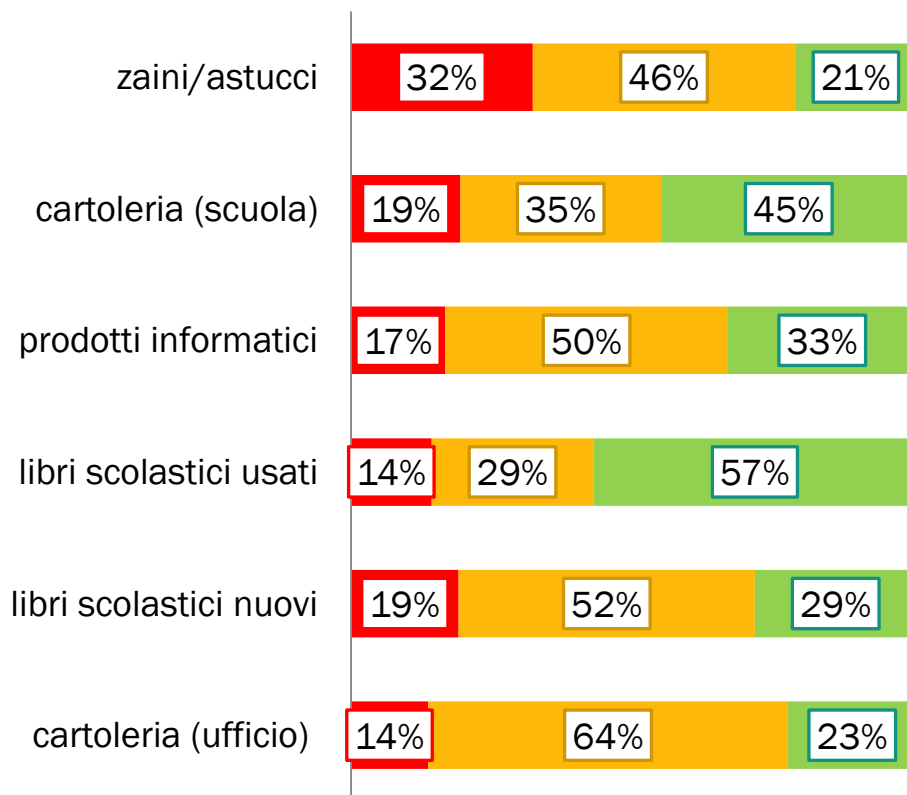
- Il 52% dei negozi del panel vende abbigliamento e/o calzature.
- Il 27% è specializzato sul bambino: 22% abbigliamento e 5% calzature.



Cartolibrerie
Andamento vendite, spesa e
comportamenti di acquisto

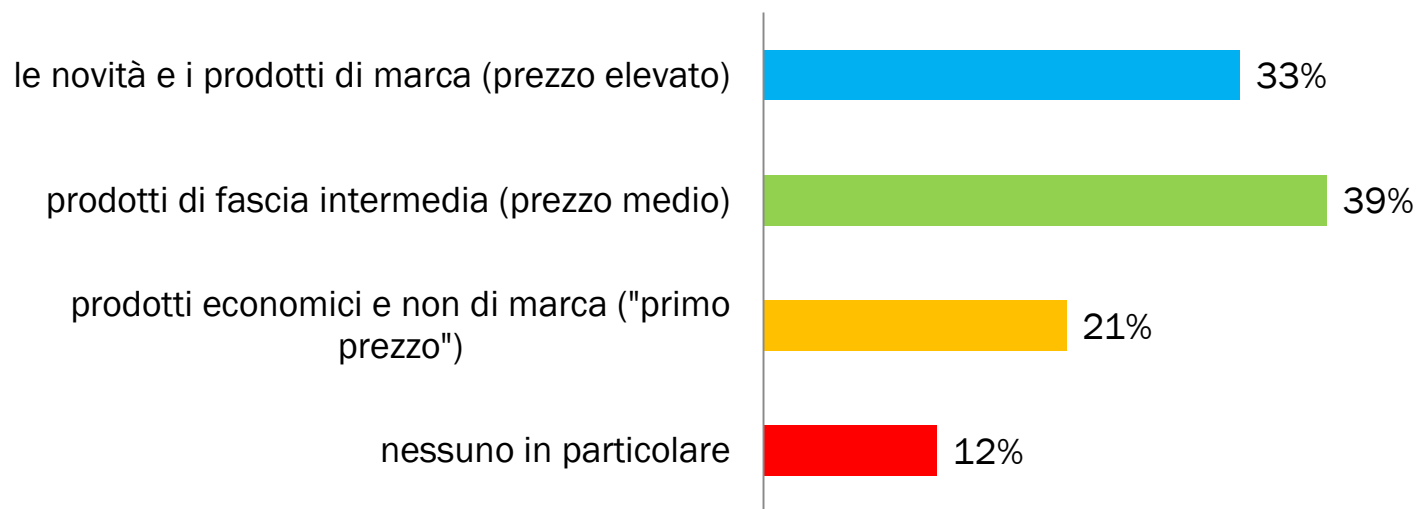
Andamento vendite per cartolerie

■ diminuzione ■ stabile ■ aumento



- La cartoleria per la scuola e i prodotti informatici hanno fatto registrare un andamento positivo. Stabili invece le vendite di zaini.
- Il settore libri scolastici nuovi è stabile, in crescita invece l'usato, anche se sono pochi i punti venduti che li trattano nel campione.
- Stabile anche l'andamento delle vendite degli specializzati ufficio

Le vendite sono aumentate soprattutto per...



- Quest'anno si conferma la tendenza emersa già nel 2017 per cui **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.

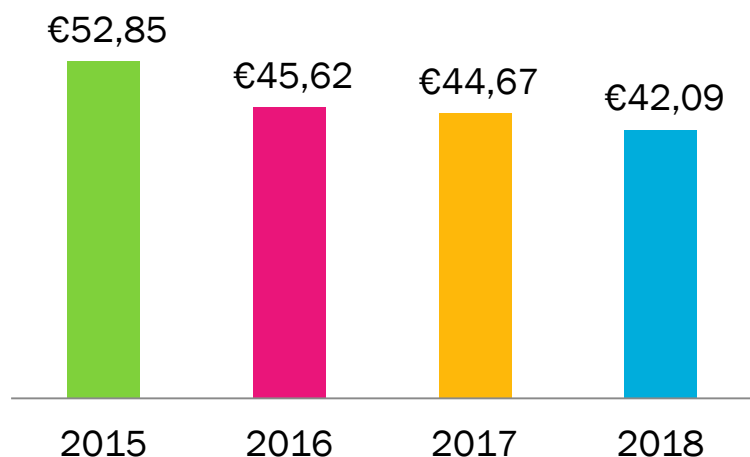
I prodotti più venduti rispetto all'anno scorso

astuccio
libri scolastici Eastpak
zaino
Invicta
BE-YOU diario
zaino trolley
quaderni Seven
corredo scolastico

- I prodotti più venduti sono i **zaini e astucci e diari di marca**
- Sono state citate in particolare Seven, Eastpak e per i diari Be You
- Proprio per questo tipo di prodotti i clienti sono disposti a spendere un po' di più
- Tra gli altri prodotti sono stati indicati quaderni, e più in generale corredo scolastico

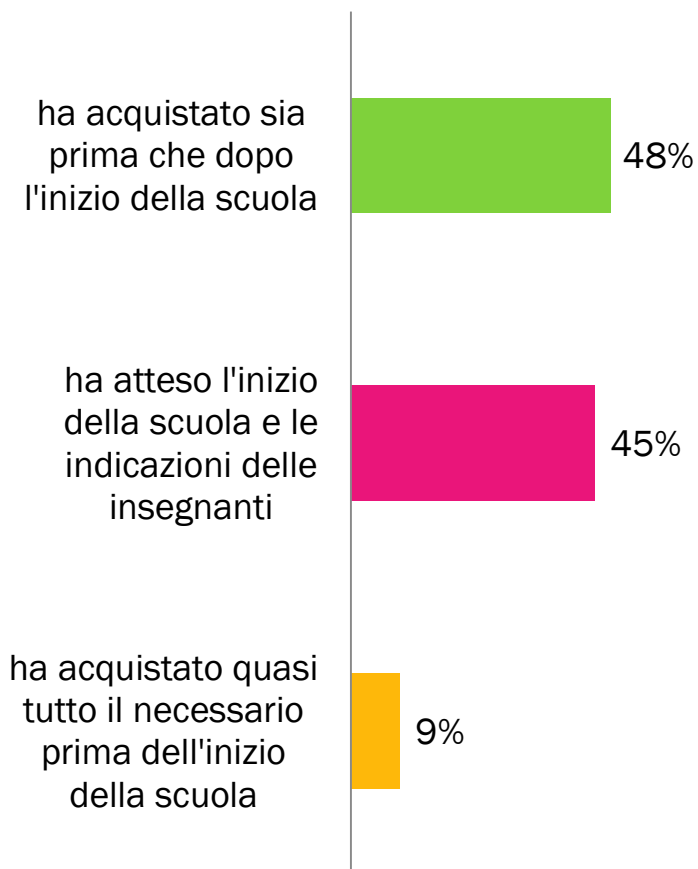
Spesa media pro-capite - settore cartoleria: dal 2015

	scontrino medio	Minimo	Massimo
zaini/astucci	€ 49,50	€ 10,00	€ 75,00
cartoleria (scuola)	€ 35,12	€ 20,00	€ 65,00
libri nuovi	€150,42	€ 75,00	€ 275,00
libri usati	€ 45,50	€ 20,00	€ 80,00



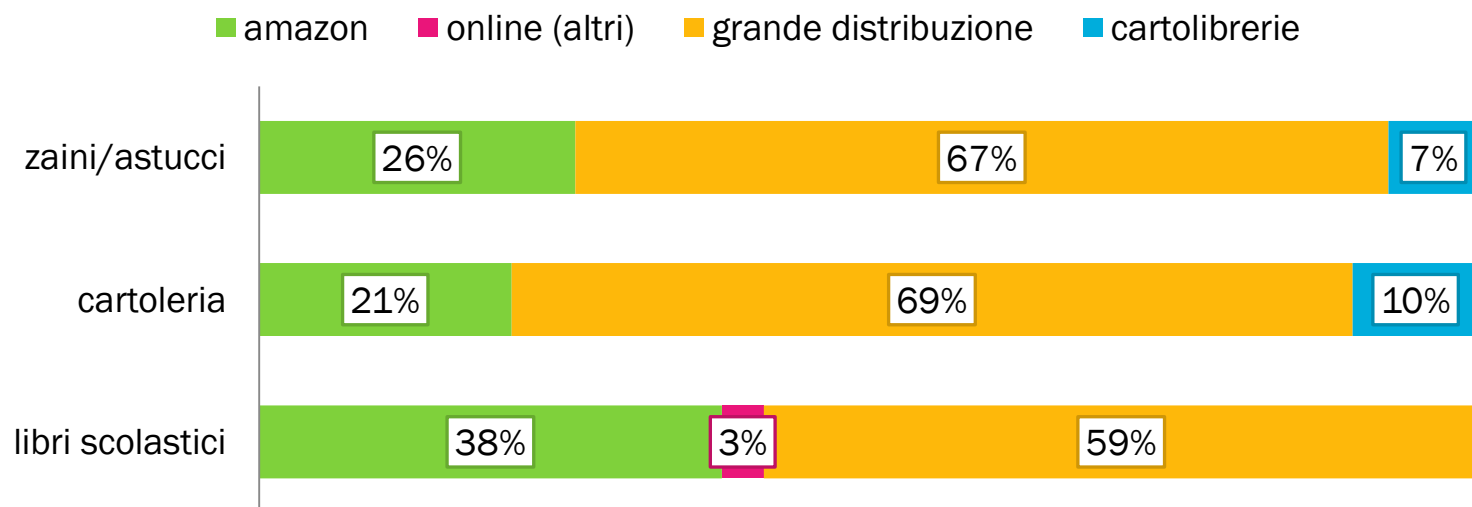
- Lo scontrino medio per zaini e/o astucci è sui 50 euro, per il corredo scolastico è un po' più basso e si attesta sui 35 euro.
- La spesa per libri nuovi è sui 150 euro di media, e dipende dal ciclo scolastico a cui si riferisce (più basso per le medie più alto per le superiori).
- Lo scontrino medio per i libri usati si attesta sui 45 euro.
- La spesa per i prodotti scuola (escluso i libri) è stabile rispetto al 2017

Comportamenti di acquisto - quando sono stati fatti gli acquisti di CARTOLERIA



- Per il 48% degli operatori i consumatori hanno acquistato un po' di corredo prima dell'inizio della scuola e hanno poi completato le dotazioni scolastiche sulla base delle specifiche richieste degli insegnanti.
- Il 45% ha segnalato che le famiglie hanno preferito aspettare l'inizio della scuola e poi provvedere agli acquisti sulla base delle specifiche richieste fornite
- Pochi hanno acquistato tutto prima.

Qual è il principale competitor nella vendita dei seguenti prodotti?

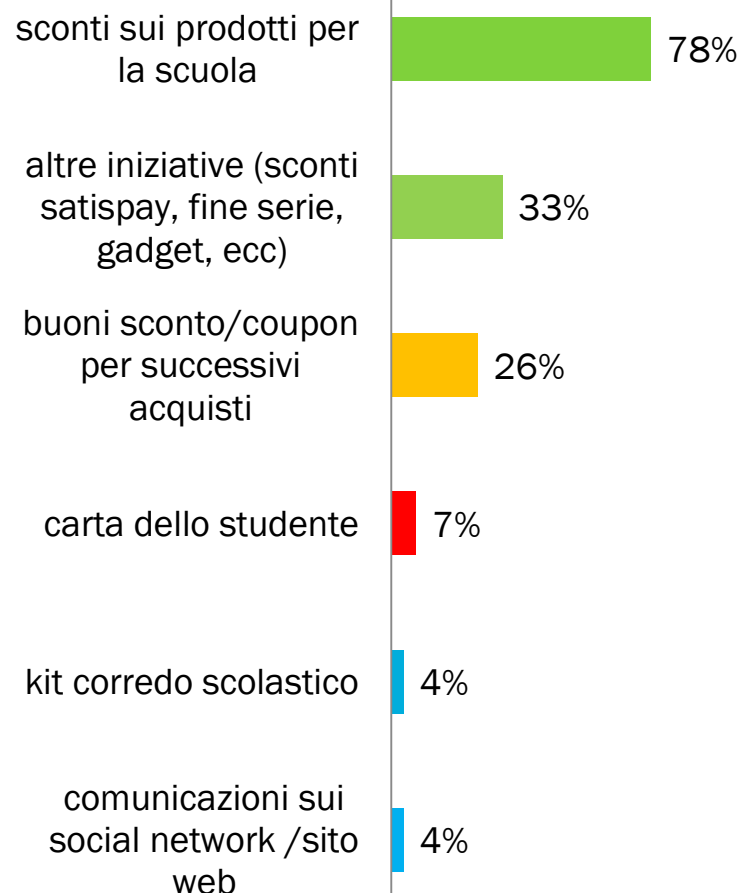


- Per i prodotti di cartoleria e per zaini e astucci il principale concorrente è la grande distribuzione (indicata da più del 67% degli operatori)
- Per i libri scolastici invece ha un impatto significativo anche la concorrenza dell'online (43%) e ben il 40% degli intervistati ha indicato più precisamente gli acquisti su Amazon (40%)

Promozioni per l'avvio scuola nelle cartolibrerie



- Il 79% degli operatori ha fatto iniziative promozionali per stimolare le vendite in questo periodo.
- Il 78% (di chi ha fatto promozioni) ha agito sulla scontistica diretta, mentre il 26% ha optato per buoni sui prossimi acquisti.
- Meno utilizzati carta dello studente o kit corredo, distribuiti solo su certi territori, le promozioni sui social network, o forme più tradizionali come i volantini.

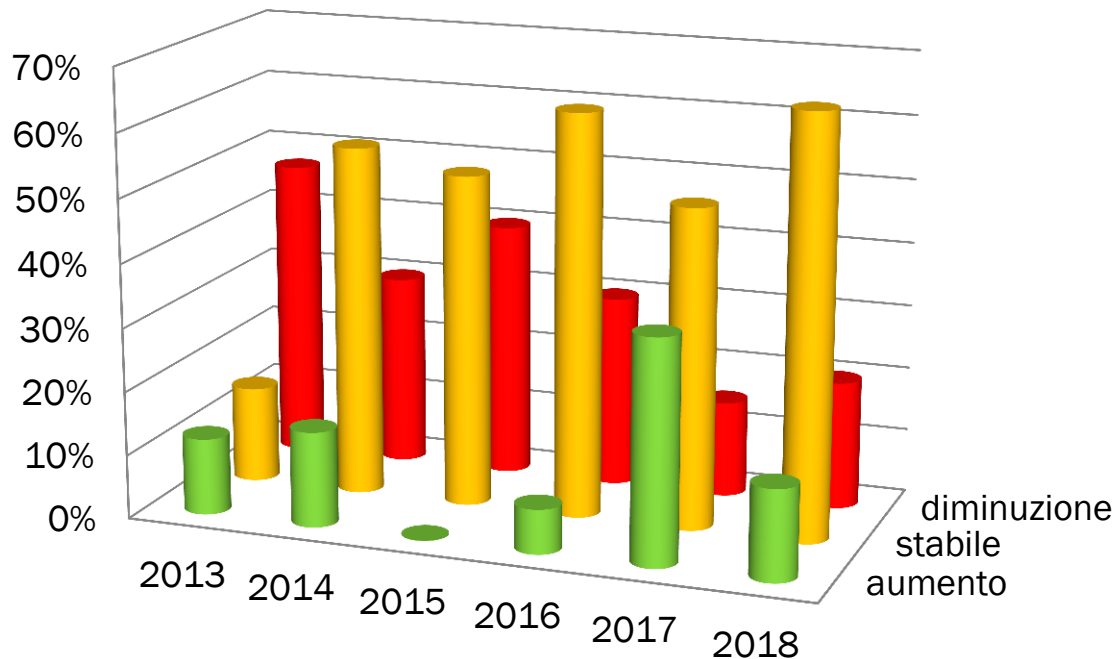


RISPOSTE MULTIPLE



Abbigliamento
Andamento vendite, spesa e
comportamenti di acquisto

Andamento vendite abbigliamento dal 2013



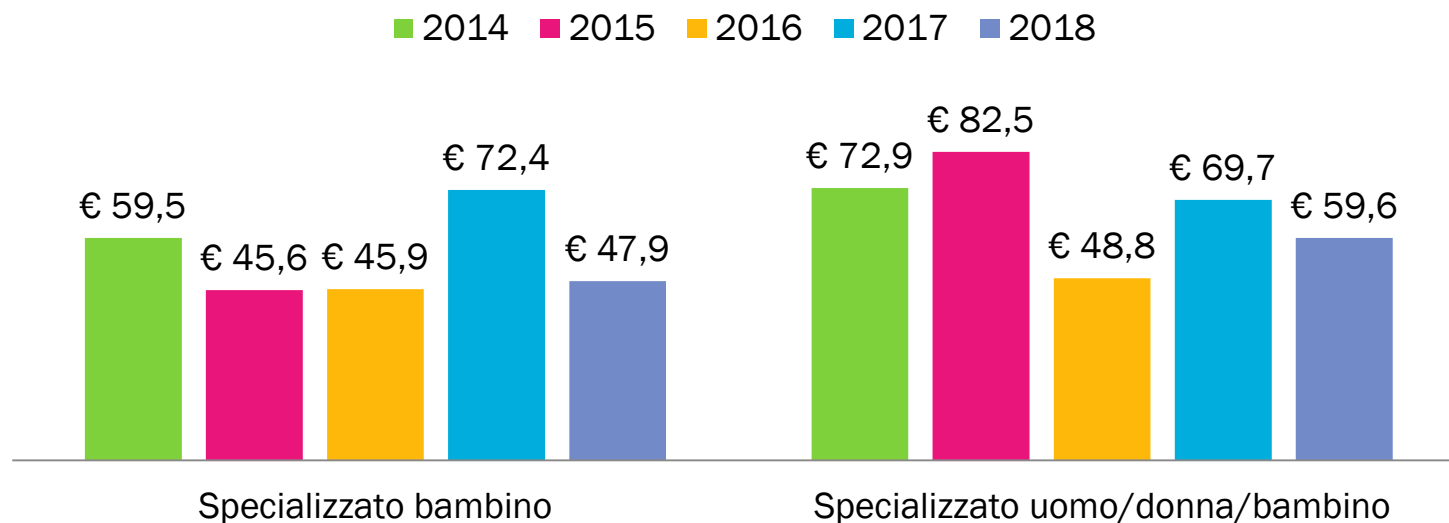
- La rilevazione evidenzia una **stabilità delle vendite**.
- Nel 2017 gli imprenditori che segnalano un aumento sono pari al 14%, in calo rispetto all'anno precedente, mentre sono stabili gli operatori con andamento negativo
- Il saldo tra aumento e diminuzione delle vendite (-6%) conferma una **valutazione di stabilità**

Abbigliamento: prodotti più venduti



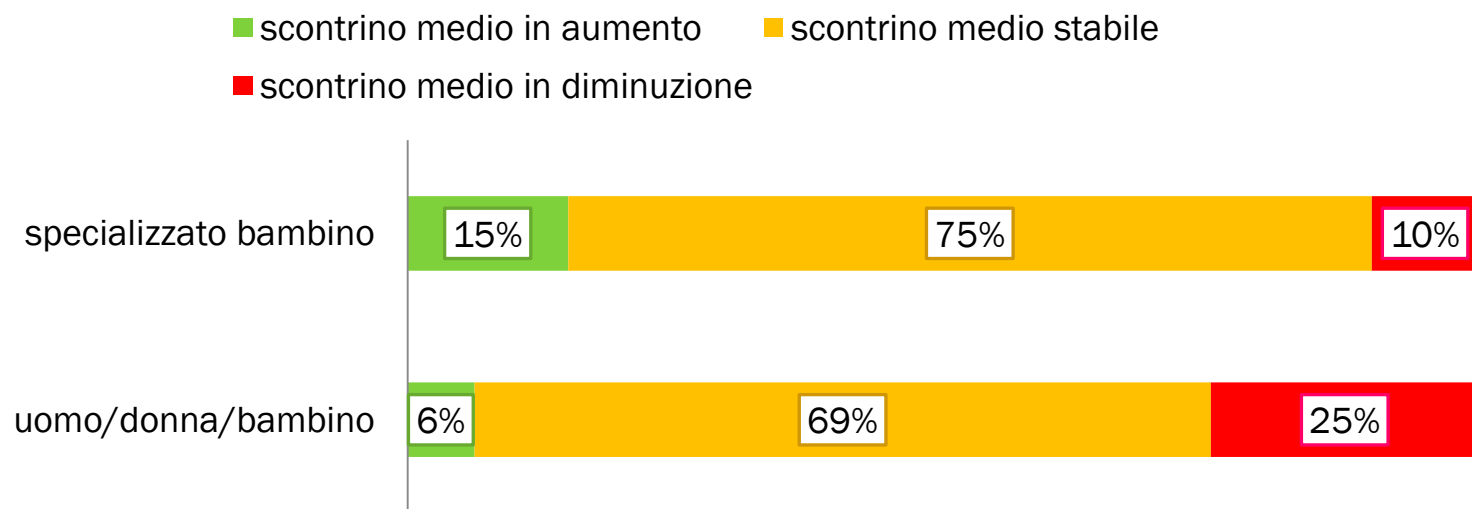
- Sono stati venduti soprattutto **tute, felpe, magliette, leggings e scarpe da ginnastica (sneaker).**
- Sono poche le citazioni di capispalla, la cui vendita non è decollata, a causa delle temperature elevate che hanno caratterizzato le settimane di rilevazione.
- Si tratta di capi di abbigliamento per ragazzi e adulti **da tutti i giorni** che non implicano una spesa elevata.

Spesa media pro-capite abbigliamento/calzature: dal 2013



- Il valore della spesa media pro-capite è leggermente diminuito rispetto all'anno scorso sia per l'abbigliamento uomo/donna/bambino (60 euro) che per il segmento bambino (48 euro), e su questo ha influito la bella stagione che ha determinato lo spostamento in avanti degli acquisti dei capispalla.
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,2 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2017), la **spesa media per famiglia** va da 105 euro a 131 euro circa.

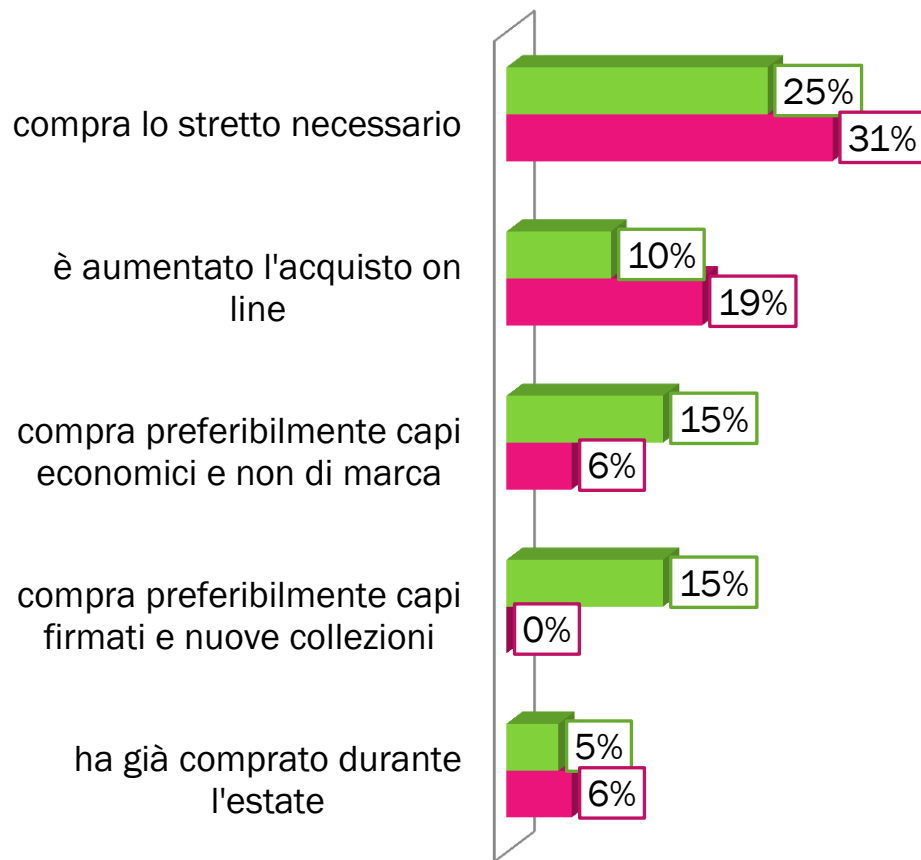
Andamento della spesa per l'inizio della scuola



- **L'andamento della spesa è prevalentemente stabile** sia per gli specializzati bambino che per gli altri punti vendita del campione.
- Il 15% degli operatori di abbigliamento e calzature bambino hanno indicato un aumento della spesa.

Comportamenti di acquisto - abbigliamento

■ specializzato bambino ■ uomo/donna/bambino



RISPOSTE MULTIPLE

- Nel segmento bambino è ancora forte l'attenzione al prezzo. 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 15% che è disposto a pagare un po' di più per i prodotti di qualità.
- Emerge inoltre che nell'abbigliamento per la scuola sta aumentando la quota del canale on-line.



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

