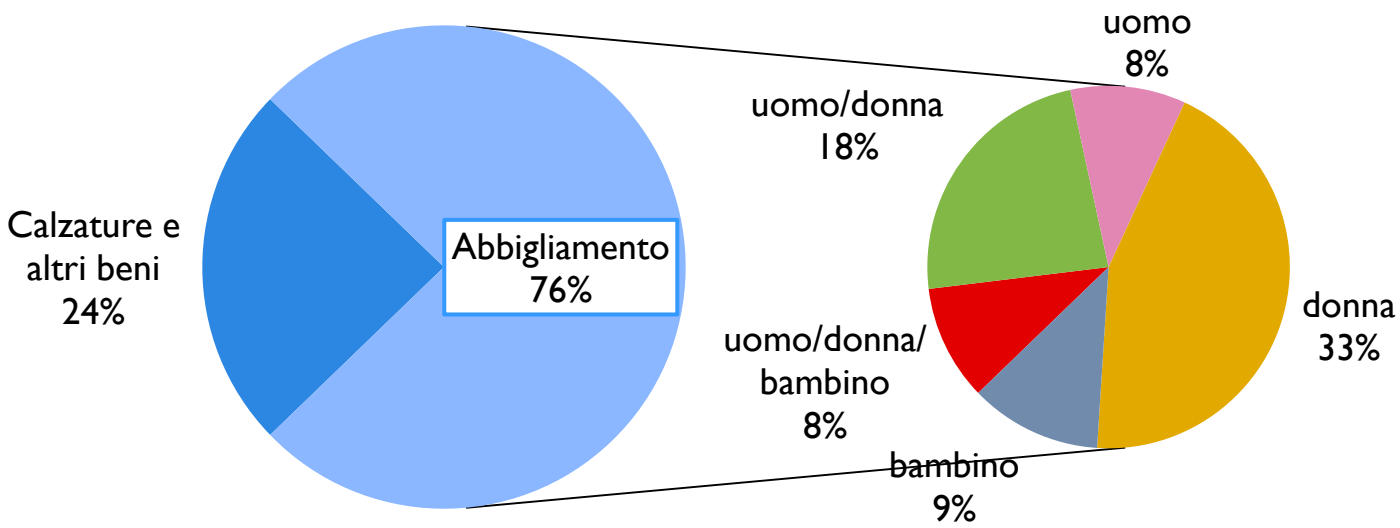
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

ISCOM GROUP

Congiuntura flash Saldi invernali 2020

Interviste a un panel di operatori che operano sul territorio regionale

Panel e note metodologiche

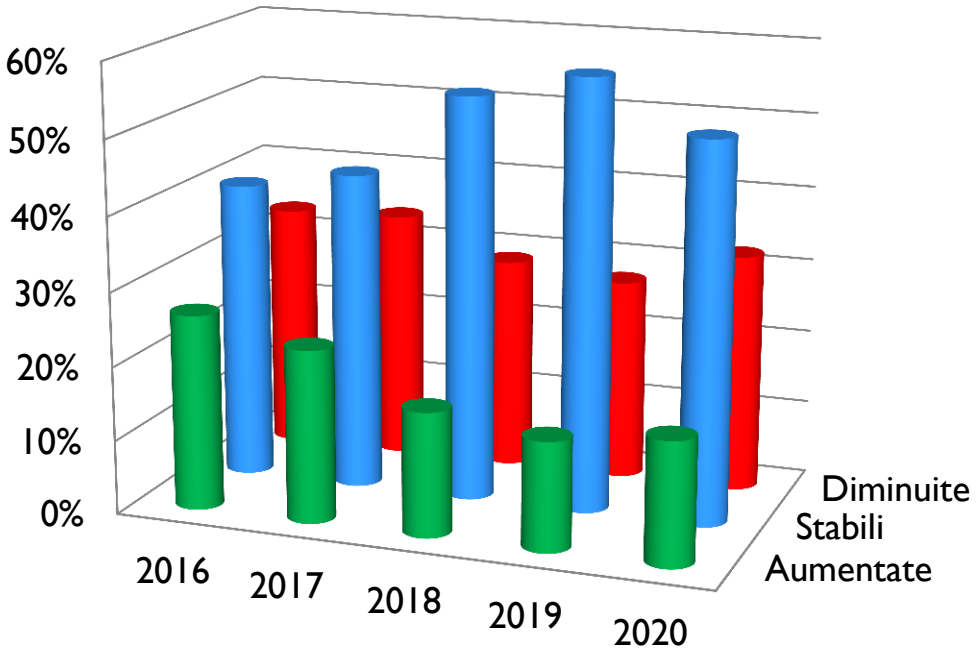


- Il panel è composto da punti vendita di beni per la persona (90 interviste valide).
- Il 76% dei negozi del panel vende abbigliamento. Di questi il 18% è specializzato in abbigliamento uomo/donna, rivolto quindi solo ad adulti, e l' 8% vende anche articoli per bambini (gli specializzati solo bambino sono il 9%). Un altro 33% vende solo capi donna e l'8% solo uomo.
- I punti vendita di calzature, accessori di pelletteria e altri beni sono il 24%.
- Il panel risulta quindi coerente con l'obiettivo della rilevazione.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Andamento delle vendite nei saldi invernali negli ultimi 5 anni

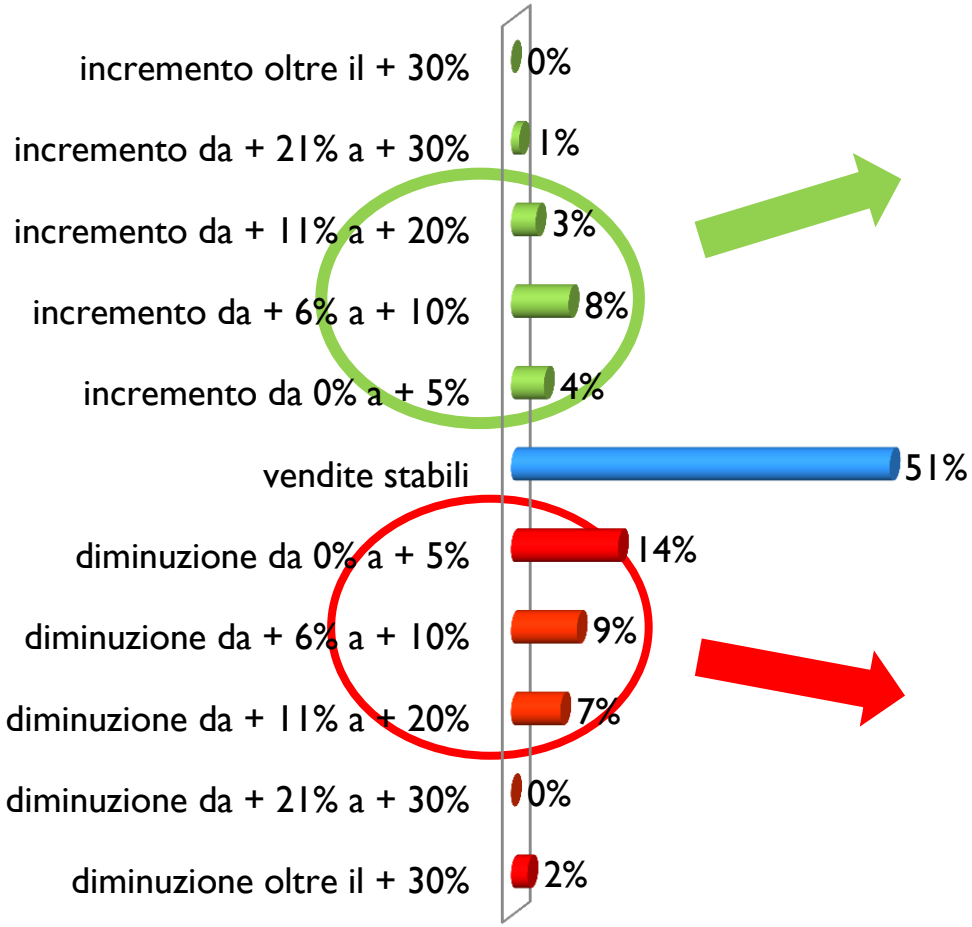
- Le vendite nei saldi invernali 2020 sono stabili rispetto all'anno scorso per la metà degli operatori (51%), sono invece aumentate per il 17% e diminuite per il 32%



	2016	2017	2018	2019	2020
Aumentate	26%	23%	17%	15%	17%
Stabili	40%	43%	54%	58%	51%
Diminuite	33%	34%	29%	27%	32%

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Andamento in dettaglio delle vendite

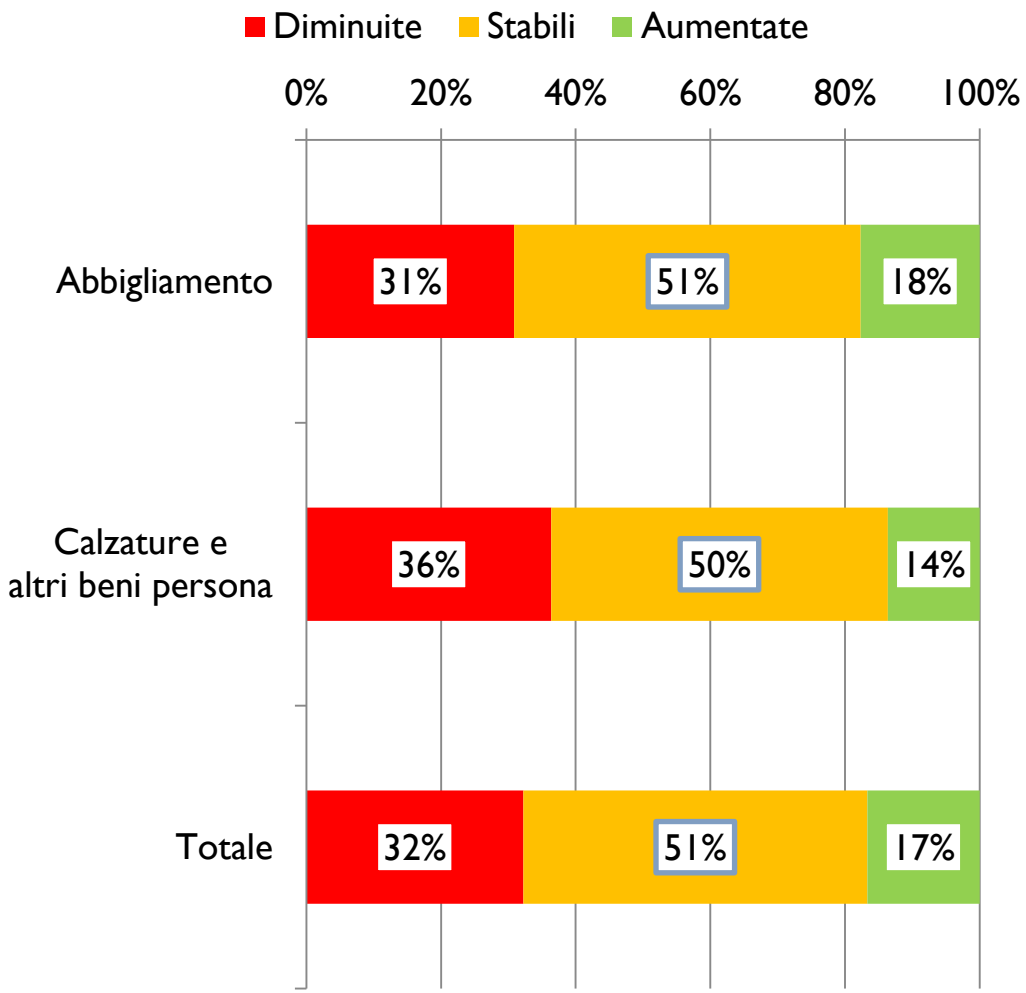


- Chi ha dichiarato vendite in aumento ha avuto in genere incrementi intorno al 10%.

- In prevalenza coloro che hanno riscontrato una contrazione delle vendite hanno segnalato un calo entro il 10%

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

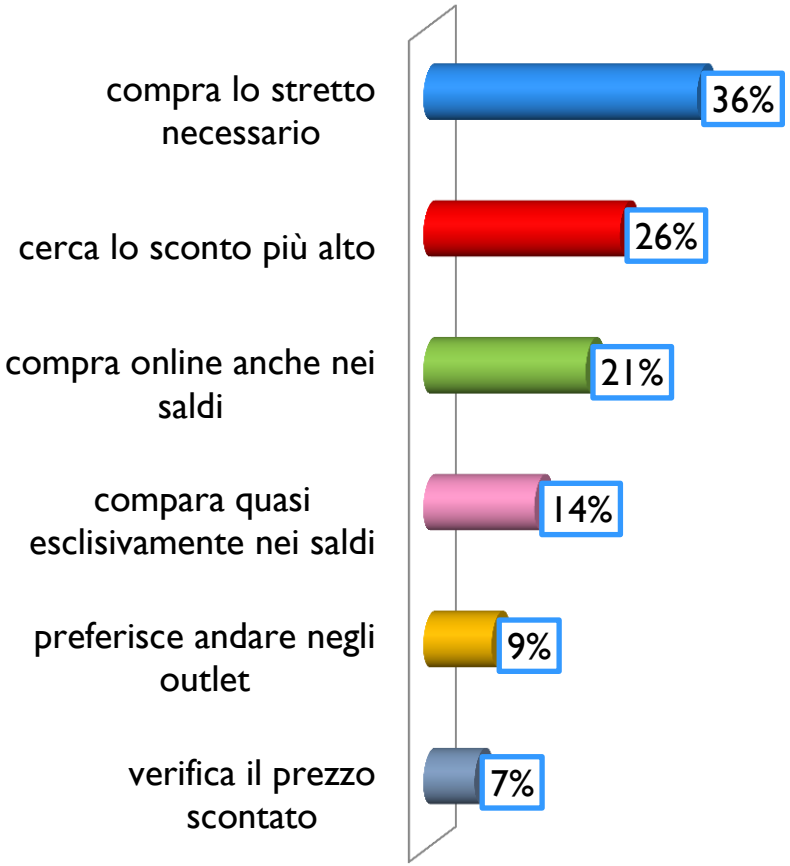
Andamento delle vendite per merceologia



- L'andamento stabile è confermato per tutti i comparti
- Per l'abbigliamento le vendite sono in crescita per il 18% degli intervistati.
- Nelle calzature e negli altri beni persona si rileva un andamento in crescita per il 14% degli imprenditori.
- *Gli imprenditori che hanno dichiarato vendite stabili e in aumento lo attribuiscono anche a un ritrovato piacere dello shopping da parte della clientela (33%).*
- *A detta degli imprenditori sui risultati negativi influiscono ancora le difficoltà economiche delle famiglie e le iniziative promozionali natalizie e pre-saldo*

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Comportamenti di acquisto



RISPOSTE MULTIPLE

- **Ancora pochi acquistano d'impulso**, prevalentemente si compra lo stretto necessario (36%), si cercano i capi che non sono stati acquistati in stagione.
- Circa il 26% degli operatori segnala che il consumatore cerca lo sconto più alto e il 7% verifica con attenzione il prezzo scontato. Ciò conferma la tendenza del consumatore a considerarsi un «professionista» dell'acquisto
- Il 21% segnala la concorrenza delle **vendita on line anche durante i saldi**

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

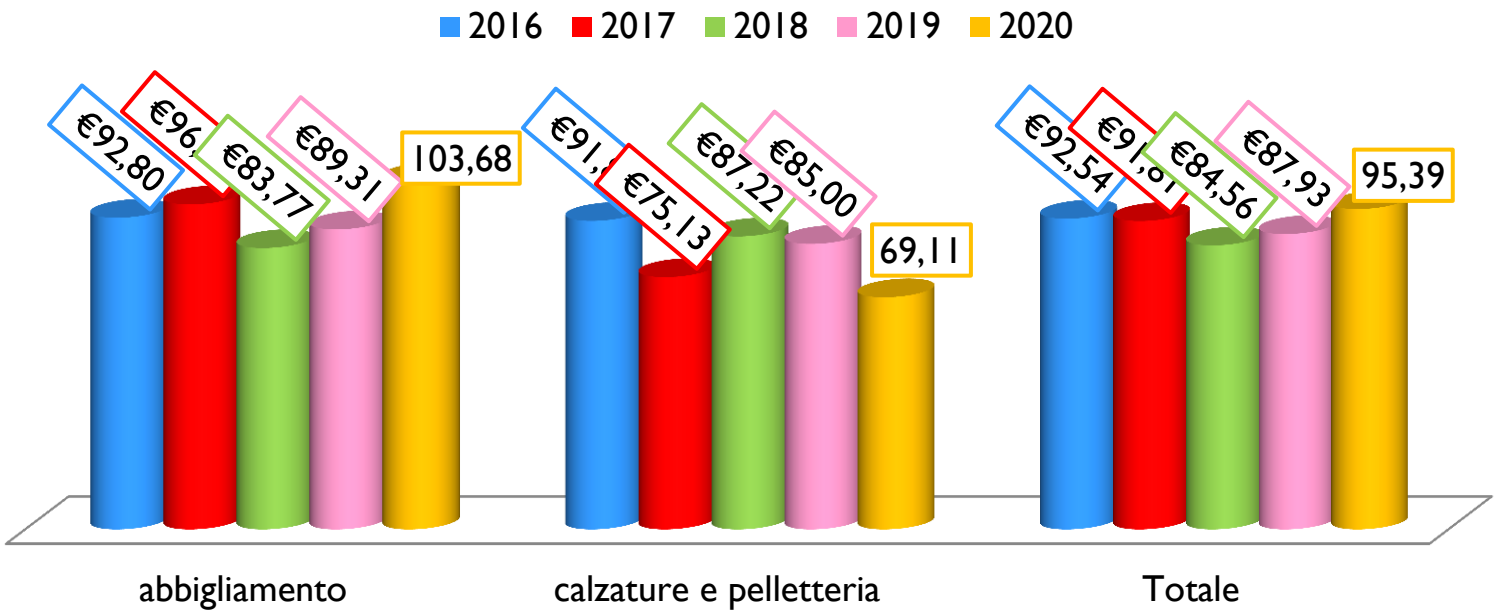
I prodotti più venduti

Per quanto riguarda l'abbigliamento sono stati acquistati soprattutto capi da tutti i giorni (maglieria e pantaloni) e capispalla, in particolare piumini.

Per quanto riguarda invece le calzature sono stati venduti per lo più stivaletti, scarponcini, prodotti invernali e scarpe sportive di moda.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

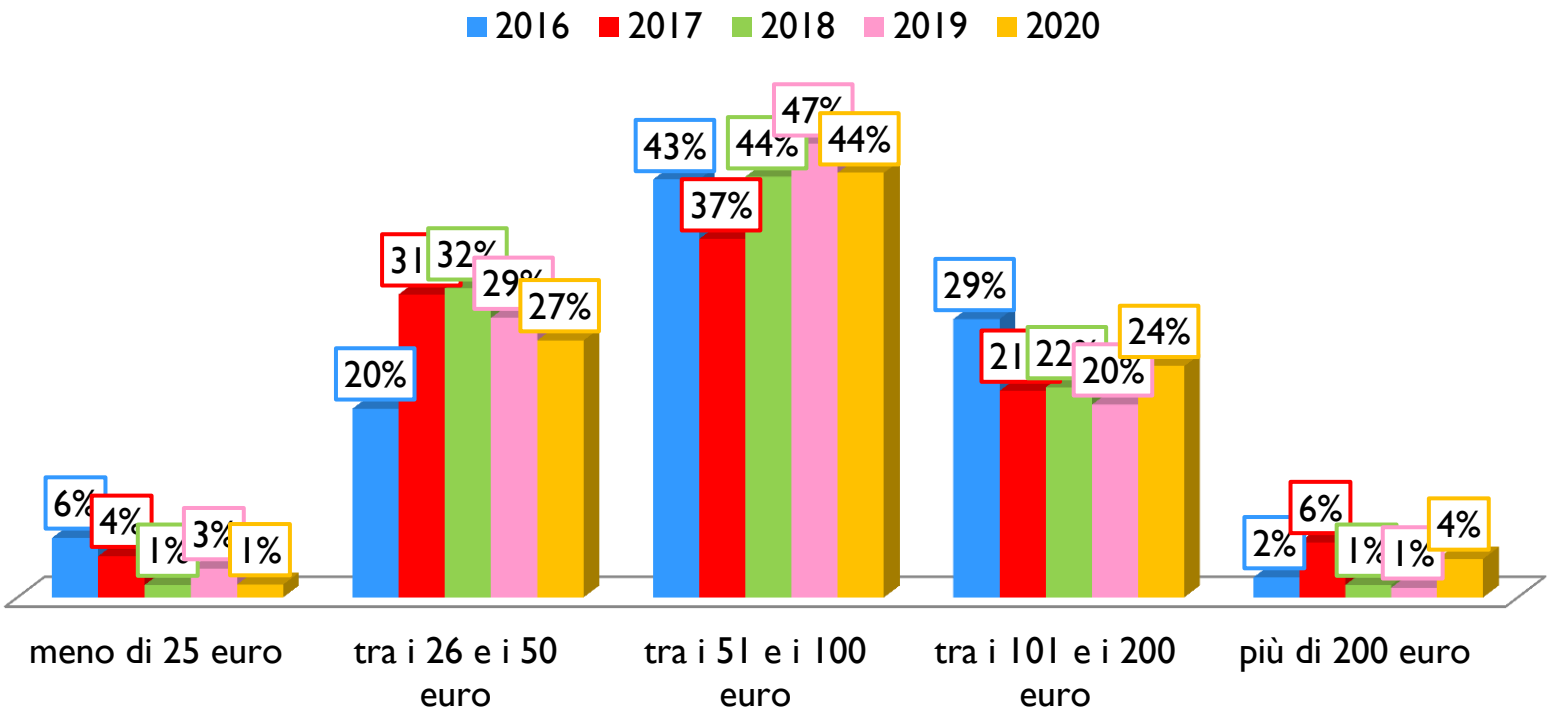
Spesa media pro-capite: valori a confronto negli ultimi 5 anni



- Il **valore della spesa media pro-capite è stabile, sia rispetto all'anno scorso che nel confronto sui** : nel 2016 era di 93 euro e nel 2020 è di **95 euro**.
- Per l'abbigliamento il valore è aumentato fino a 100 euro, grazie probabilmente agli acquisti dei capispalla, mentre per gli altri beni è leggermente diminuito (69 euro)
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,2. componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2018) **la spesa per famiglia è di circa 210 euro**.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

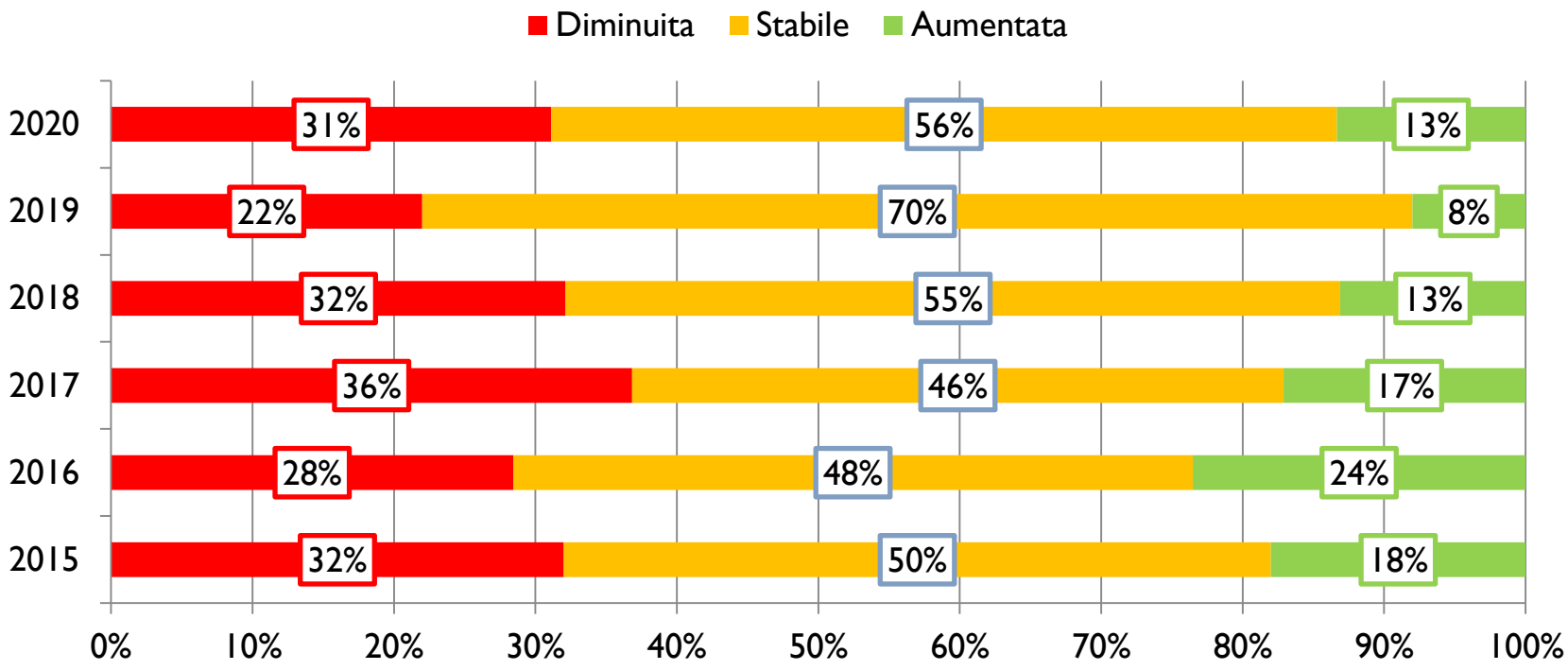
Fasce di spesa media pro-capite: confronto sugli ultimi 5 anni



- Nel 2020 è aumentata in particolare la spesa nella fascia più alta, quella sopra i 100 euro.
- Sono invece leggermente diminuite le altre classi di spesa, quelle che però raccolgono il maggior numero di acquisti.

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Andamento della spesa media per i saldi invernali



- La spesa risulta stabile per il 56%, aumentata per il 13% e diminuita per il 31% degli operatori.
- I consumatori soprattutto alla luce dello scontrino medio hanno, anche nei saldi, un atteggiamento di grande prudenza negli acquisti.

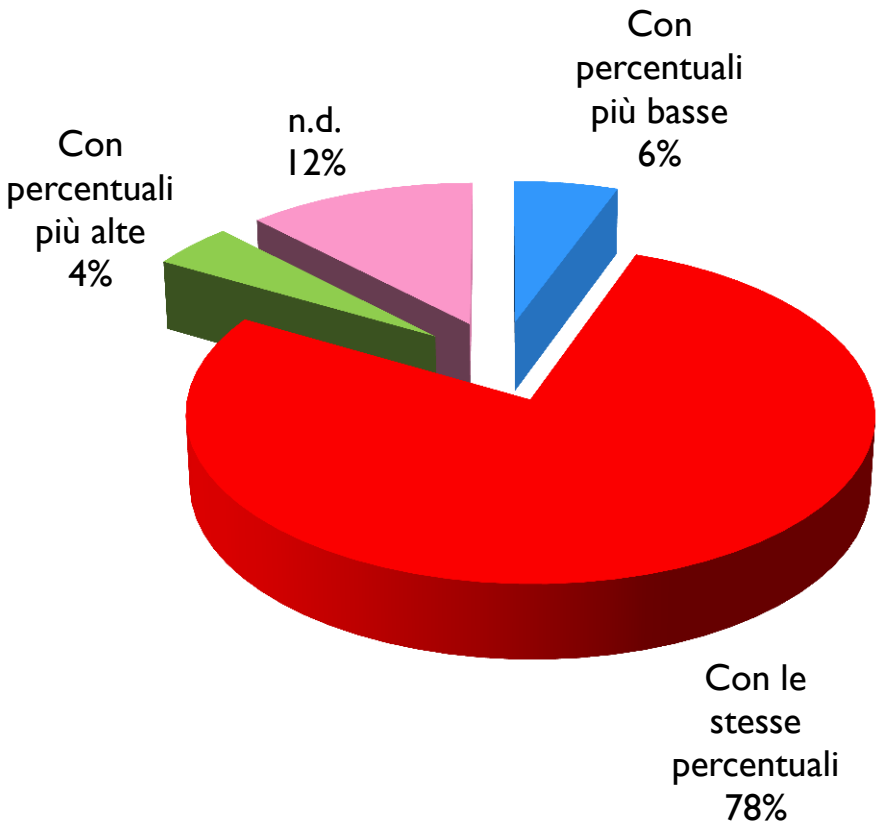
Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Periodi di picco delle vendite nei saldi

- Il 33% degli operatori ha avuto il **picco di vendite nel primo weekend**, e il 16% nella prima settimana.
- Anche la seconda settimana ha tenuto bene così come i fine settimana.
- Il 33% non ha segnalato picchi di vendita, quindi i saldi sono partiti un po' in sordina

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Percentuali di sconto



- Il 78% degli operatori ha iniziato i saldi con le stesse percentuali dell'anno precedente.
- Si tratta di una scelta che non risulta variata nel tempo.
- Alcuni operatori hanno però segnalato di aver adottato tecniche per spingere le vendite come ad esempio quella di aumentare la % di sconto per acquisti multipli o di avere giorni dedicati a sconti più alti

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

Incidenza dei saldi sul fatturato annuo

	2015	2016	2017	2018	2019
Meno del 10%	18%	17%	21%	25%	18%
Dal 11 al 20%	29%	36%	34%	30%	26%
Dal 21 al 30%	25%	26%	28%	30%	14%
Oltre il 31%	13%	7%	3%	1%	3%
Non so	15%	12%	14%	14%	39%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%

- I saldi rappresentano una componente importante del fatturato dei punti vendita al dettaglio di beni per la persona.
- Circa la metà degli operatori (43%), ha stimato che nel 2020 i saldi di fine stagione hanno avuto **una incidenza fino al 20% del fatturato annuale**.
- Questo livello di incidenza è sostanzialmente costante nel tempo

Fonte: Iscom Group - Congiuntura Flash, Saldi invernali, dati al 16/01/2020

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA

ISCOM GROUP

www.iscomgroup.it
info@iscomgroup.it