



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

EMILIA ROMAGNA

UNIONE REGIONALE DEL COMMERCIO DEL TURISMO E DEI SERVIZI



ISCOM
GROUP

CONGIUNTURA FLASH

Inizio anno scolastico 2011



Report

documento per

ASCOM dell'Emilia - Romagna

settembre 2011

SOMMARIO

1. PREMESSA.....	1
1.1 La descrizione del campione	1
2. L'INDAGINE SULLE VENDITE PER L'INIZIO SCUOLA 2010.....	4
2.1 Il confronto con lo scorso anno	4
2.2 Le vendite per l'inizio della scuola per tipologia di prodotto	6
2.3 La spesa nel periodo per l'inizio della scuola	7
2.4 Il giudizio complessivo degli intervistati.....	8
2.1 Comportamenti di acquisto	10

1. PREMESSA

Qui di seguito si riporta il report dettagliato dei risultati dell'analisi di congiuntura flash relativa all'andamento delle vendite prima dell'inizio dell'anno scolastico 2011.

1.1 La descrizione del campione

Le interviste sono state svolte nel periodo dall'8 al 19 settembre 2011 ad operatori (cartoleria/giocattoli e abbigliamento) che lavorano con il segmento bambini, localizzati in diversi comuni dell'Emilia Romagna. Il campione è composto complessivamente da 100 interviste valide, di cui 51 nel settore cartoleria, libreria e giocattoli e 49 nel comparto abbigliamento uomo/donna/bambino

Sono stati intervistati direttamente i titolari dei negozi (87%) o in alternativa responsabili, direttori. Quindi persone che conoscono l'andamento dell'attività.

Tabella 1

IL RUOLO DELL'INTERVISTATO

Ruolo	abbigliamento	cartolibreria/giocattoli	Totale
Titolare	83,7%	90,2%	87,0%
Gestore	10,2%	5,9%	8,0%
commessa/collaboratore	0,0%	3,9%	2,0%
n.d	6,1%	0,0%	3,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Le aziende che fanno parte del campione sono per il 51% cartolerie e per il 49% abbigliamento o calzature.

Figura 1

LA TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ

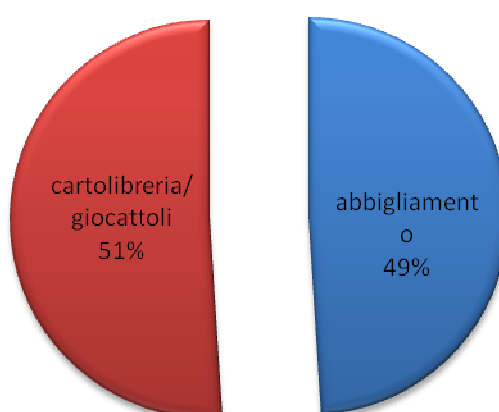
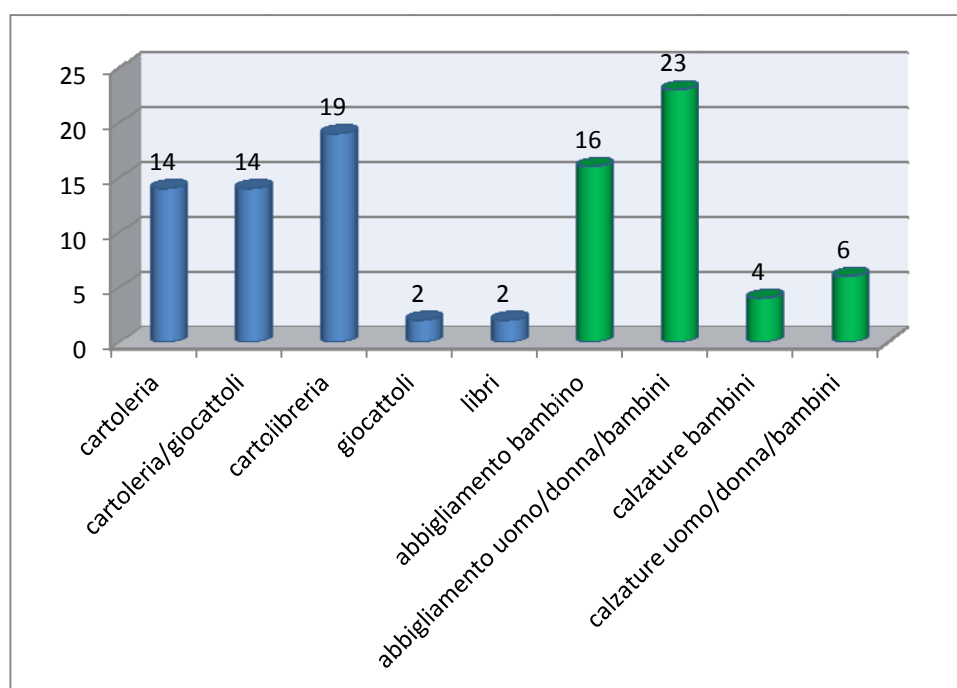


Tabella 2
LA TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ (QUALI PRODOTTI VENDE?)

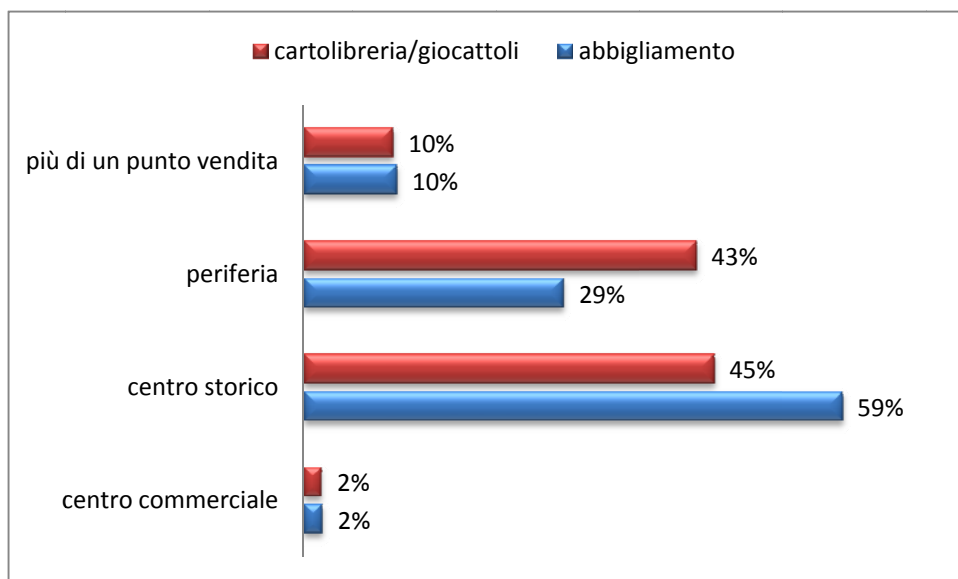
Settore merceologico	Percentuale
cartoleria	14
cartoleria/giocattoli	14
cartolibreria	19
giocattoli	2
libri	2
abbigliamento bambino	16
abbigliamento uomo/donna/bambini	23
calzature bambini	4
calzature uomo/donna/bambini	6
Totale	100



Si tratta per lo più di punti vendita localizzati in aree urbane nel centro storico (52%) o in periferia (36%) con una superficie media per l'abbigliamento di 71 mq e per la cartoleria di 109 mq.

Il 10% degli intervistati di questo settore merceologico ha più di un punto vendita.

Figura 2
L'UBICAZIONE DELL'ESERCIZIO



2. L'INDAGINE SULLE VENDITE PER L'INIZIO SCUOLA 2010

2.1 Il confronto con lo scorso anno

Rispetto allo scorso anno l'andamento della spesa per l'inizio della scuola è stabile per il 36% degli operatori intervistati, aumentato per il 2% (contro un 13% dichiarato nel 2010) e diminuita per il 60%.

Tabella 3

L'ANDAMENTO DELLE SPESE PER L'INIZIO SCUOLA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO

	abbigliamento/calzature	cartoleria/giocattoli	Totale
fortemente aumentata	0%	0%	0%
aumentata	2,0%	2,0%	2,0%
stabile	30,6%	41,2%	36,0%
diminuita	51,0%	39,2%	45,0%
fortemente diminuita	14,3%	15,7%	15,0%
n.d.	2,0%	2,0%	2,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

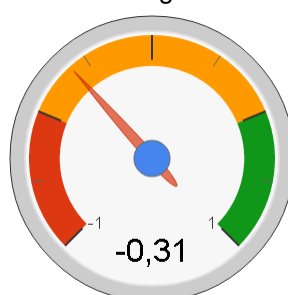
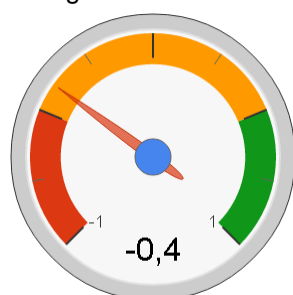
L'indicatore sintetico calcolato che pesa le risposte negative e quelle positive si posiziona su una diminuzione delle spese in questo periodo di avvio della scuola (-0,35); l'abbigliamento/calzature ha un valore superiore al dato medio del campione, mentre le cartolerie/giocattoli segnalano sempre una diminuzione ma con un valore pari a -0,31 in un range che va da -1 a +1.

Tabella 4

INDICE SINTETICO PER L'ANDAMENTO DELLA SPESE PER L'INIZIO SCUOLA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO

Abbigliamento/calzature

Cartoleria/giocattoli



Indice sintetico di andamento

I valori variano da -1 a +1

Valori prossimi a +1: forte aumento

Valori prossimi a +0,5: aumento

Valori prossimi allo zero: stabilità

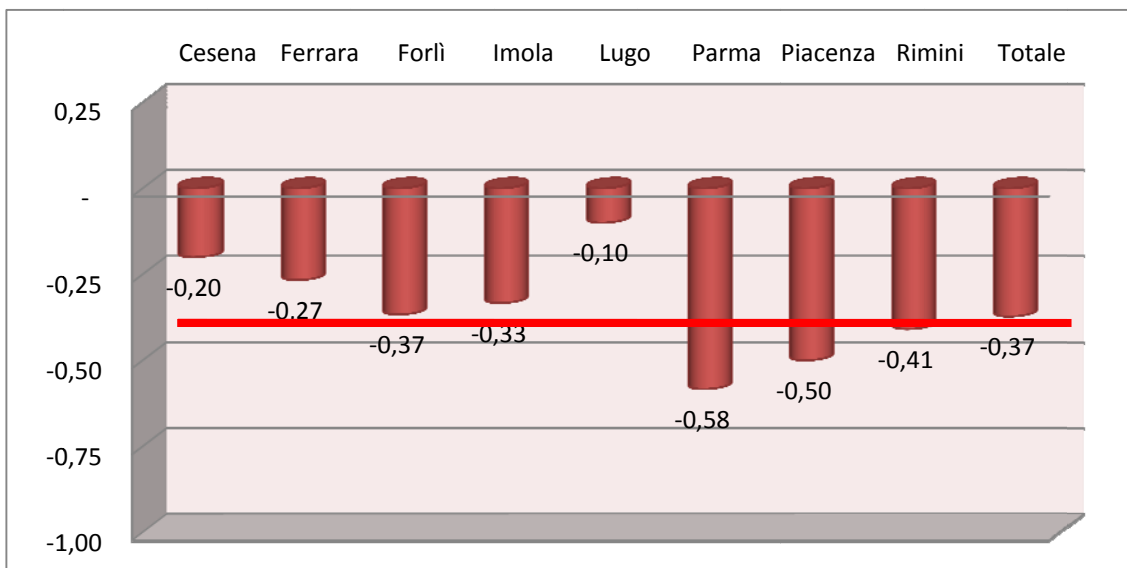
Valori prossimi a -0,5: diminuzione

Valori prossimi a -1: forte diminuzione

Calcolando l'indice sull'intero campione, perché la numerosità delle interviste per categoria merceologica non consente un ulteriore dettaglio, emerge che Lugo e Cesena presentano una situazione di stabilità (l'indicatore è negativo ma con un valore più vicino allo 0), mentre per le altre aree il dato è negativo con punte critiche per Parma e Piacenza

Tabella 5
INDICATORE DI ANDAMENTO DELLE SPESE PER L'INIZIO DELLA SCUOLA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO

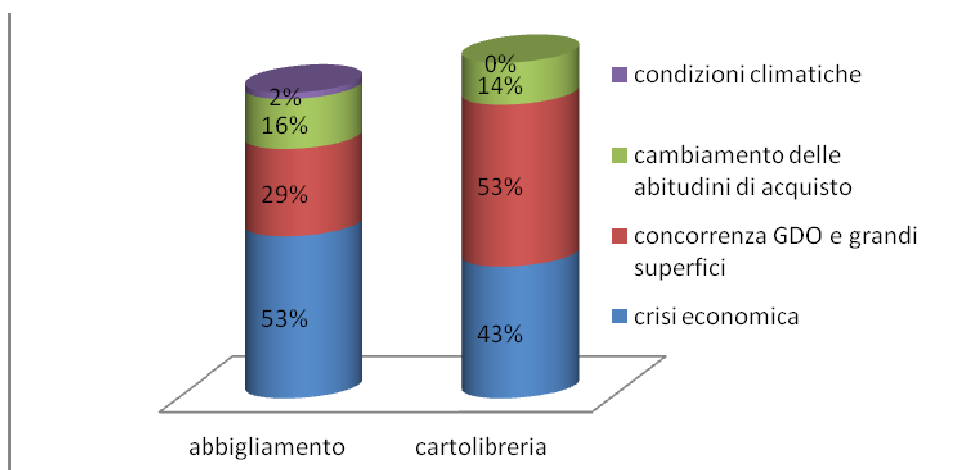
Per area di riferimento (linea rossa valore medio totale -0,35)



Chi ha rilevato una diminuzione nelle spese in questo periodo la attribuisce innanzitutto alla diffusa crisi economica (48%), e in seconda battuta alla concorrenza della grande distribuzione o delle grandi strutture (34%).

Figura 3
MOTIVI DELLA DIMINUZIONE DELLE SPESE RISPETTO ALLO SCORSO ANNO

Risposte multiple riferite solo a chi ha dichiarato una diminuzione rispetto all'anno scorso.



2.2 Le vendite per l'inizio della scuola per tipologia di prodotto

Rispetto all'anno scorso nelle **cartolerie** sono stati venduti soprattutto articoli di cancelleria di consumo e libri di testo, zaini e diari con decorazioni tratte soprattutto da serie di cartoni animati; **per quanto riguarda l'abbigliamento** sono stati venduti molti articoli da "tutti i giorni" in particolare magliette, leggings per le femmine e pantaloncini sportivi e tute per i maschietti.

In generale il maggior aumento di vendite si è riscontrato sui prodotti di marca medi e economici. La tendenza è marcata anche se si affianca a un 40% di intervistati che non segnala aumenti legati a specifiche tipologie di prodotti.

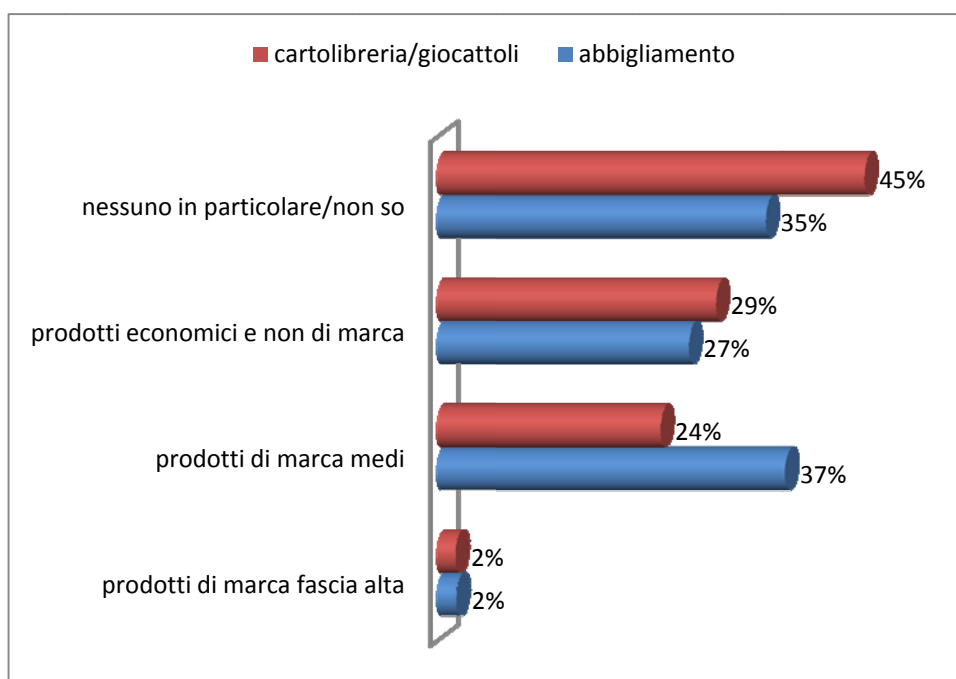
Tabella 6

IL MAGGIOR AUMENTO DI VENDITE RISPETTO ALL'ANNO SCORSO

	Abbigliamento/ calzature	Cartoleria/ giocattoli	Totale
prodotti di marca fascia alta	2%	2%	2%
prodotti di marca medi	37%	24%	30%
prodotti economici e non di marca	27%	29%	28%
<i>nessuno in particolare/non so</i>	35%	45%	40%
Totale	100%	100%	100%

Figura 4

IL MAGGIOR AUMENTO DI VENDITE RISPETTO ALL'ANNO SCORSO



Per il 35% degli operatori intervistati nessun prodotto in particolare ha fatto registrare una forte diminuzione di vendite rispetto all'anno scorso. Ma il 55% indica un significativo calo nelle vendite dei prodotti di fascia alta e di marca.

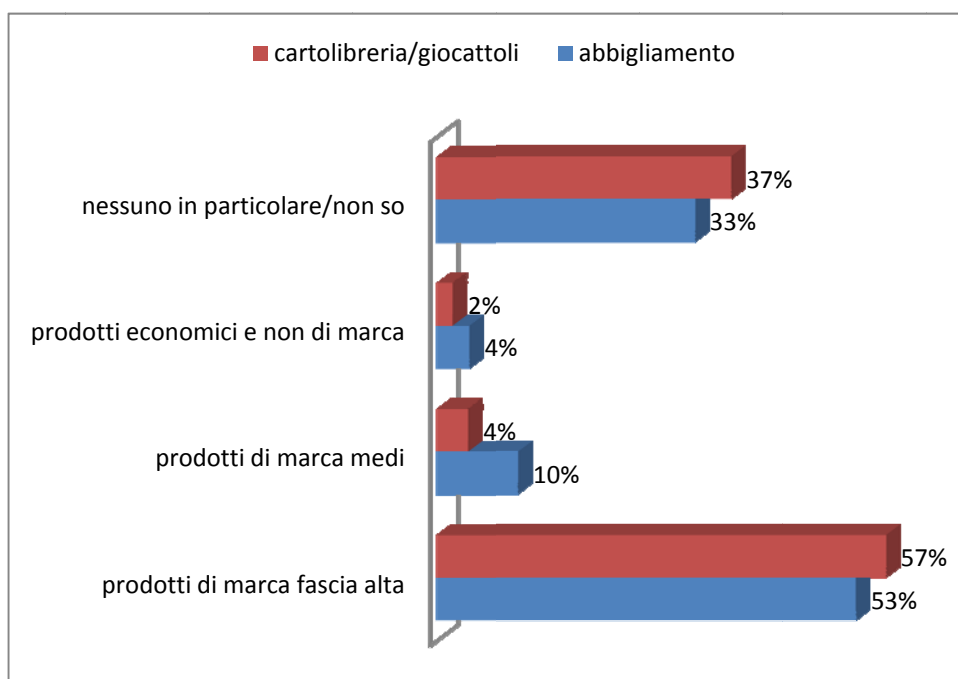
Tabella 7

LA MAGGIOR DIMINUZIONE DI VENDITE RISPETTO ALL'ANNO SCORSO

	Abbigliamento/ calzature	Cartoleria/ giocattoli	Totale
prodotti di marca fascia alta	53%	57%	55%
prodotti di marca medi	10%	4%	7%
prodotti economici e non di marca	4%	2%	3%
nessuno in particolare/non so	33%	37%	35%
Totale	100%	100%	100%

Figura 5

LA MAGGIOR DIMINUZIONE DI VENDITE RISPETTO ALL'ANNO SCORSO



2.3 La spesa nel periodo per l'inizio della scuola

È difficile calcolare la spesa media procapite perché il campione è composto di diverse tipologie di punti vendita, con diverso posizionamento di prezzo oltre che diverso assortimento.

L'82% degli operatori ha comunque fornito indicazioni in merito e il valore medio è di 68 euro, contro gli 89 della precedente rilevazione.

Nei punti vendita prodotti per la scuola e giocattoli si riscontra una spesa media di circa 74 euro; i valori singoli più alti si riscontrano nelle librerie.

I negozi di abbigliamento e calzature hanno una spesa media di 63 euro, leggermente più bassa quindi.

Tabella 8

LA SPESA PROCAPITE IN EURO – VALORE MEDIO

merceologia	Minimo	Media	Massimo
abbigliamento/calzature	€ 8,00	€ 63,22	€ 200,00
cartolibreria/giocattoli	€ 10,00	€ 74,15	€ 450,00
Totale	€ 8,00	€ 68,37	€ 450,00

Coerentemente con il dato medio pro-capite, analizzando i dati sulla spesa per fasce di valore si rileva che:

- L'88% degli intervistati individuano in 100 euro la soglia massima psicologica di spesa per i prodotti della scuola, ma di questi più della metà spende meno di 50 euro sia per l'abbigliamento che per il corredo scuola;
- Il 9% dichiara che i consumatori spendono una cifra compresa tra i 100 e 200 euro;
- Soltanto il 2% ha una media di spesa pro capite oltre i 200 euro.

Tabella 9

LA SPESA PROCAPITE PER FASCE DI VALORE

	abbigliamento/calzature	cartolibreria/giocattoli	Totale
fino a 50 euro	59%	54%	56%
da 51 a 100 euro	30%	34%	32%
da 101 a 200 euro	11%	7%	9%
oltre 200 euro	0%	5%	2%
Totale	100%	100%	100%

2.4 Il giudizio complessivo degli intervistati

Alla domanda "Complessivamente, come giudica quest'anno l'andamento delle vendite per l'inizio della scuola?" le risposte fornite si concentrano per il 62% sul valore intermedio della scala di valutazione "discreto".

Nel complesso si conferma quindi il quadro visto in precedenza di un andamento discreto con qualche nota negativa.

Gli operatori del settore prodotti per la scuola e l'ufficio hanno fornito una valutazione più negativa dei colleghi che vendono abbigliamento e calzature.

Tabella 10

COME GIUDICA L'ANDAMENTO DELLE VENDITE PER L'INIZIO DELLA SCUOLA

	abbigliamento/calzature	cartoleria/giocattoli	Totale
ottimo	0%	0%	0%
buono (molto soddisfacente)	8%	10%	9%
discreto	49%	55%	52%
scarso (poco soddisfacente)	33%	25%	29%
pessimo	6%	2%	4%
N.d.	4%	8%	6%
Totale	100%	100%	100%

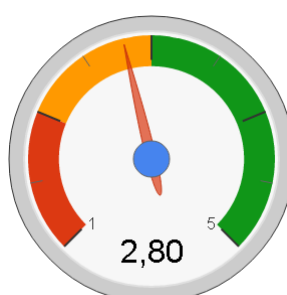
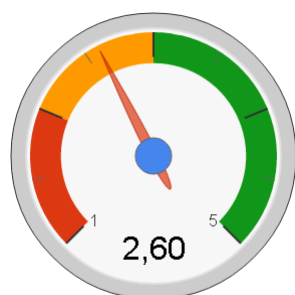
La valutazione media che esprime sinteticamente il giudizio si posiziona su un valore inferiore di poco alla soglia di tolleranza del 3.

Tabella 11

VALUTAZIONE MEDIA SULL'ANDAMENTO DELLE VENDITE PER L'INIZIO SCUOLA

Abbigliamento/calzature

Cartoleria/giocattoli



Valutazione media

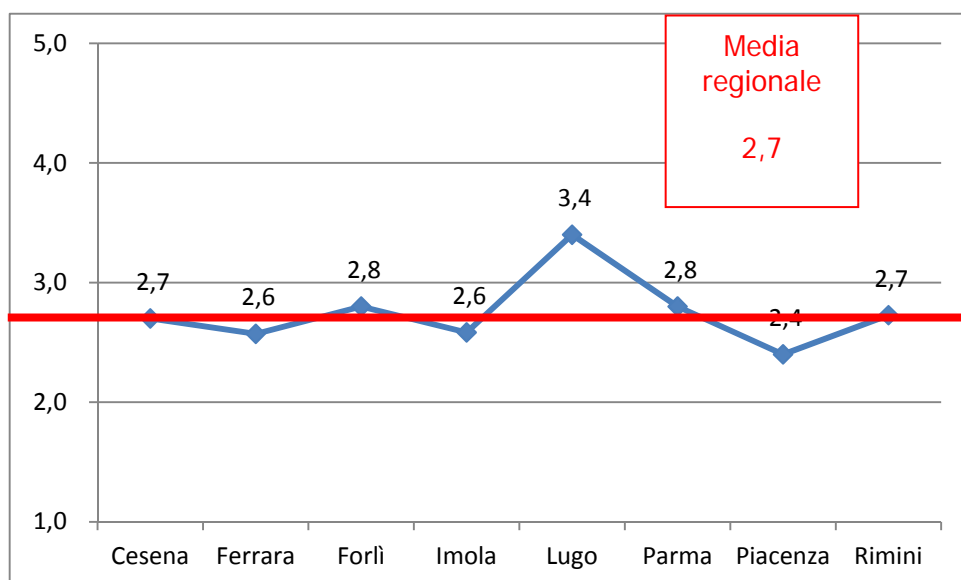
I valori variano da 1 (pessimo) a 5 (ottimo)
Sono considerate valutazioni positive i giudizi medi da 3 a 5; sono considerati invece valori critici quelli da 3 a 2 e molto critici quelli da 2 a 1

Le vendite per l'inizio della scuola sono andate bene solo a Lugo (3,4).

I Giudizi degli altri operatori sono sotto il 3 e in linea con la media regionale

Figura 6

VALUTAZIONE MEDIA SULL'ANDAMENTO DELLE VENDITE PER L'INIZIO DELLA SCUOLA - AREA DI RIFERIMENTO



2.1 Comportamenti di acquisto

Nella rilevazione si è deciso di introdurre una domanda per verificare se per gli acquisti nel periodo di inizio della scuola sono stati riscontrati dai commercianti dei particolari comportamenti di consumo.

Sono state tenute distinte le indicazioni fornite dagli operatori del settore cartoleria/giocattoli, da quelli di abbigliamento/calzature.

Poco meno del 60% degli operatori dell'abbigliamento/tessile hanno rilevato cambiamenti mentre nel comparto cartolibreria/giocattoli le tendenze sono meno evidenti (Nessun cambiamento per il 53%)

Tabella 12

HA RILEVATO PARTICOLARI COMPORAMENTI DI ACQUISTO PER L'INIZIO DELLA SCUOLA?

	abbigliamento/calzature	cartolibreria/giocattoli	Totale
Nessun comportamento in particolare	20%	53%	37%
Sì – abbigliamento	57%	0%	28%
Sì – cartolibrerie	0%	37%	19%
Non so	22%	10%	16%
Totale	100%	100%	100%

I commercianti di abbigliamento e calzature segnalano che la clientela è molto attenta al prezzo, e nel loro caso questo ha come conseguenza lo spostamento di una parte degli acquisti nel periodo dei saldi.

Si spende un po' di più per i giubbotti/cappotti o le scarpe

Tabella 13

COMPORTAMENTI DI ACQUISTO PER L'INIZIO DELLA SCUOLA – ABBIGLIAMENTO/CALZATURE

	%
è sempre più attenta al prezzo	31%
comprano lo stretto necessario e aspettano i saldi	14%
comprano preferibilmente capi firmati e nuove collezioni	2%
è molto aumentato lo scambio di vestiti usati per i bambini	2%
ha rimandato gli acquisti a dopo la partenza della scuola sperando in ribassi	2%
ha rinnovato tutto il guardaroba autunno/inverno	2%
n.d.	4%

Anche il 22% delle cartolerie segnala che la clientela è sempre più attenta al prezzo.

Però i consumatori sono disposti a spendere un po' di più per il diario che deve essere illustrato con i personaggi di cartoni animati o di serie TV.

Tabella 14

COMPORTAMENTI DI ACQUISTO PER L'INIZIO DELLA SCUOLA – CARTOLERIA/GIOCATTOLI

% calcolata sul totale del campione cartoleria/giocattoli

	%
è sempre più attenta al prezzo	22%
non si cambia più il corredo scolastico	8%
compèra preferibilmente prodotti economici e non di marca	2%
ha acquistato tutto il necessario prima della apertura delle scuola	2%
ha rimandato gli acquisti a dopo la partenza della scuola sperando in ribassi	2%
i clienti si recano di più nella grande distribuzione pur essendo i prezzi a volte più alti	2%