



Andamento vendite per l'inizio della Scuola

CONGIUNTURA FLASH

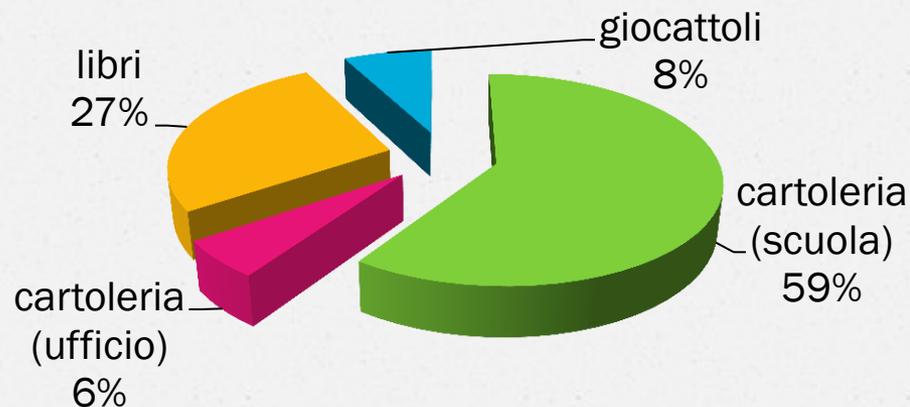


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA



ISCOM
GROUP

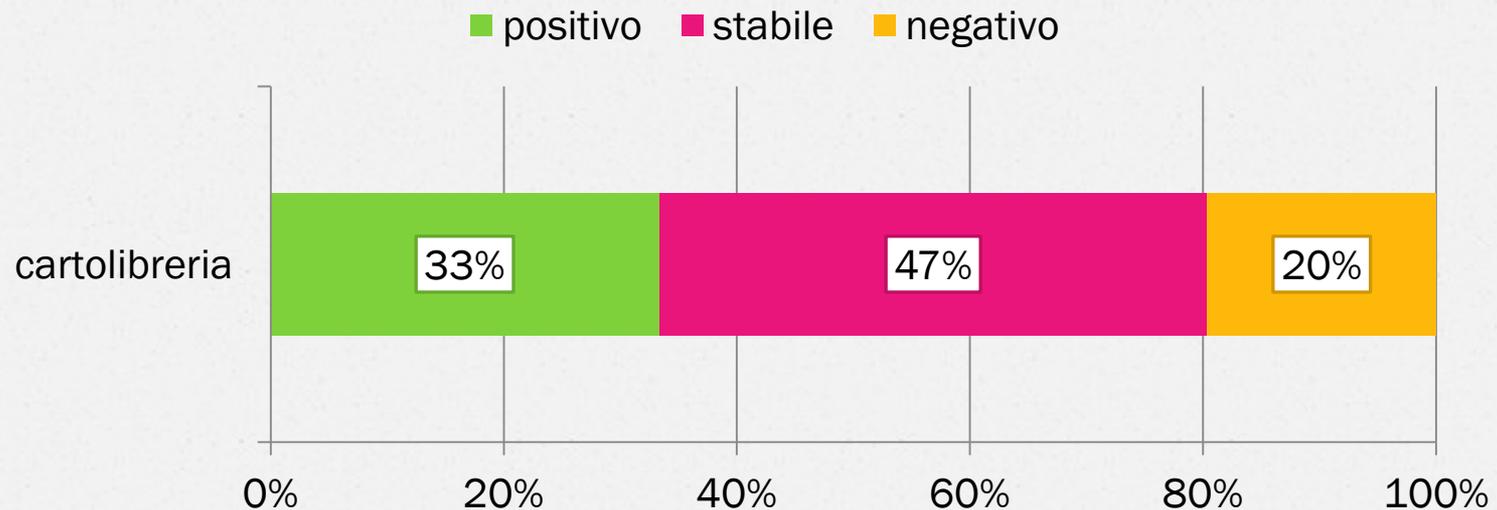
Panel e note metodologiche



- o Gli intervistati sono per il 96,5% titolari dell'azienda o responsabili del punto vendita.
- o Le interviste sono state raccolte nella settimana di inizio della scuola e in quella successiva.
- o Il 65% degli operatori del panel vende prodotti di cartoleria (59% scuola, 6% ufficio).
- o Il 27% vende libri.
- o L'8% è costituito da punti vendita giocattoli con un reparto scuola.

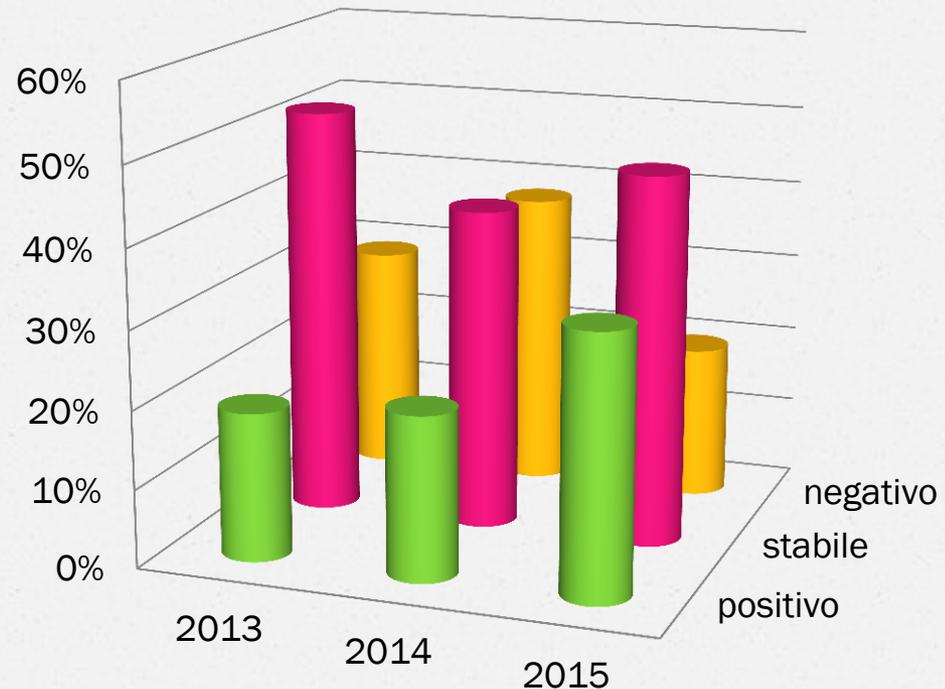
Andamento delle vendite

- Per le cartolerie si riscontra un **andamento positivo delle vendite per ben il 33% degli intervistati**, il 47% ha dichiarato un andamento stabile e solo il 20% in diminuzione.



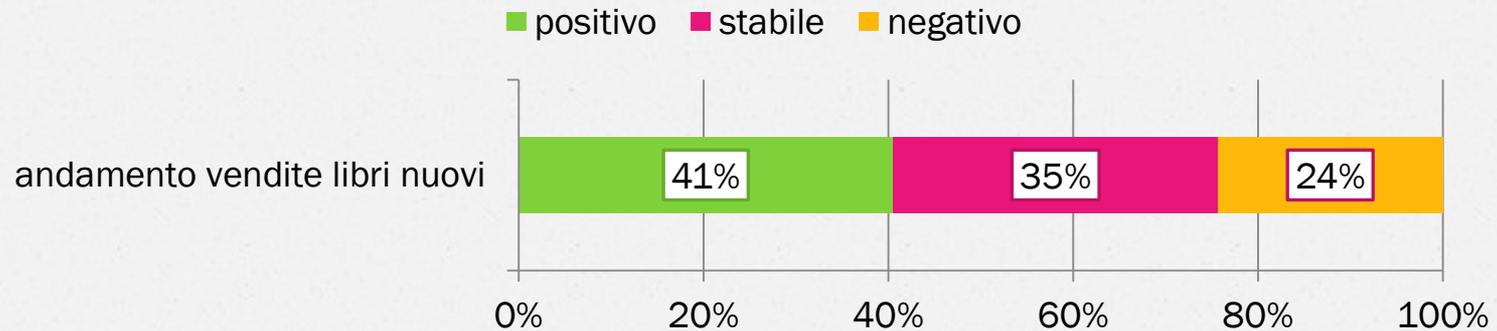
Andamento delle vendite confronto 2013, 2014 e 2015

- o Nel 2015 è decisamente aumentata la quota degli imprenditori che hanno dichiarato un incremento delle vendite rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.
- o È aumentato anche il numero di coloro che registrano una stabilità.
- o Secondo gli intervistati c'è stata una ripresa dei consumi.



	2013	2014	2015
■ positivo	19%	21%	33%
■ stabile	52%	41%	47%
■ negativo	29%	38%	20%

Libri scolastici andamento delle vendite



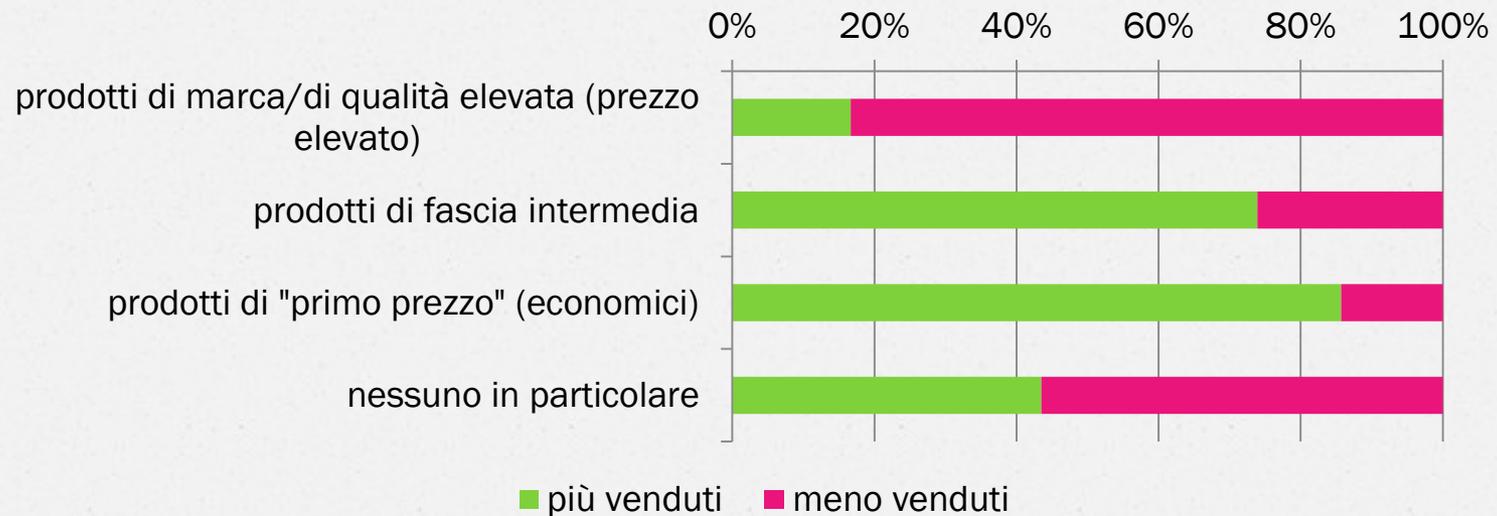
- Il 61% degli operatori tratta la vendita solo di libri nuovi e il 14% vende sia usato che nuovo.
- Le vendite di testi scolastici nuovi hanno un andamento positivo per il 41% e stabile per il 35%.
- Anche i pochi casi di vendite di libri usati indicano un andamento positivo.

Corredo scolastico: prodotti più venduti



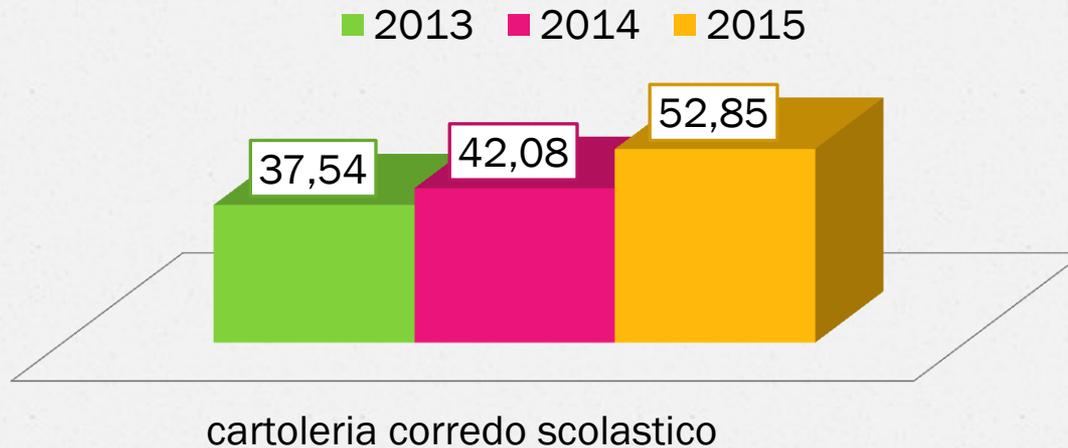
- I prodotti più venduti sono **gli zaini e gli astucci**.
- La clientela per questo tipo di acquisti ha cercato le marche (citati Eastpak, Seven, Napapjri e Invicta).
- Oltre a prodotti di consumo (quaderni, matite, penne, cancelleria ...) sono stati venduti anche materiali tecnici (da disegno tecnico ad esempio)

Corredo scolastico: su cosa si spende e su cosa si risparmia



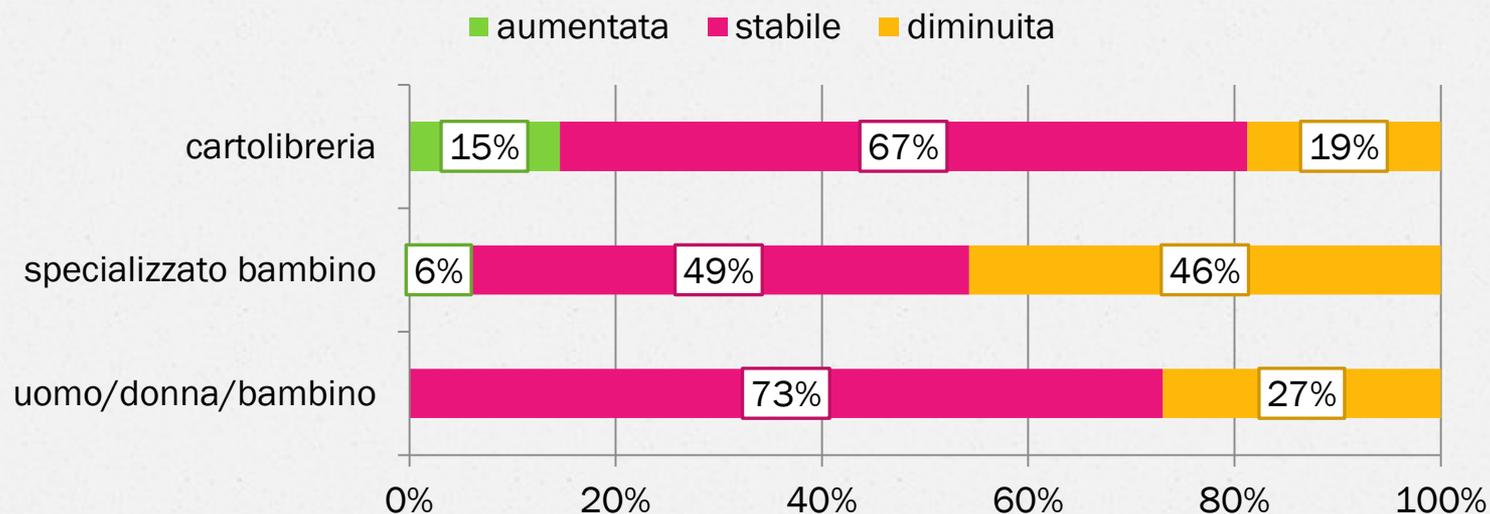
- o Sono fortemente diminuite le vendite dei prodotti di prezzo elevato (fascia alta).
- o È rilevante l'aumento dei prodotti economici, ma rispetto agli anni precedenti è tornata ad aumentare la quota dei prodotti di fascia intermedia (di qualità, ma non necessariamente di marca).
- o Però i consumatori sono disposti a spendere un po' di più per zaini, materiale tecnico e astucci.

Spesa media pro-capite: confronto 2013 e 2014



- Il valore della spesa media pro-capite è in aumento negli ultimi 3 anni.
- È aumentato di circa 10 euro rispetto all'anno scorso per il corredo scolastico.
- Se si considera che il nucleo medio familiare in Emilia Romagna è composto da 2,22 componenti (Fonte: ISTAT dati al 31/12/2014) la **spesa media per famiglia** per quanto riguarda il **corredo scolastico** è di circa **117 euro**.

Andamento della spesa per l'inizio della scuola

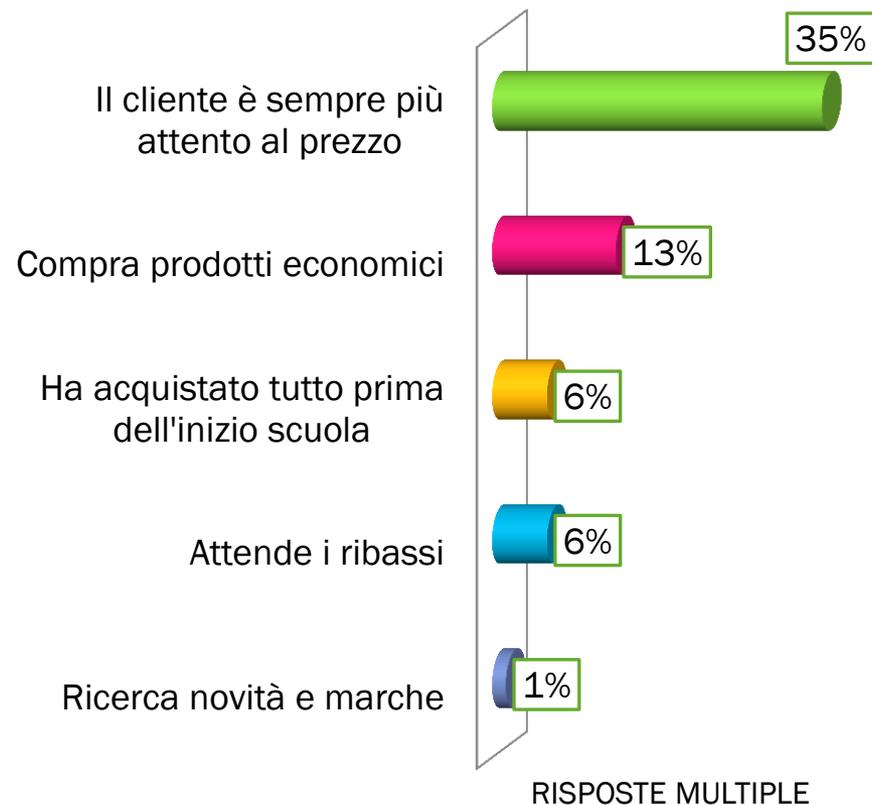


- L'andamento della spesa è prevalentemente stabile per il settore.
- Il 15% delle cartolibrerie ha indicato un aumento della spesa da parte dei consumatori.
- Rispetto alle valutazioni dell'anno scorso l'andamento delle cartolibrerie è migliorato.

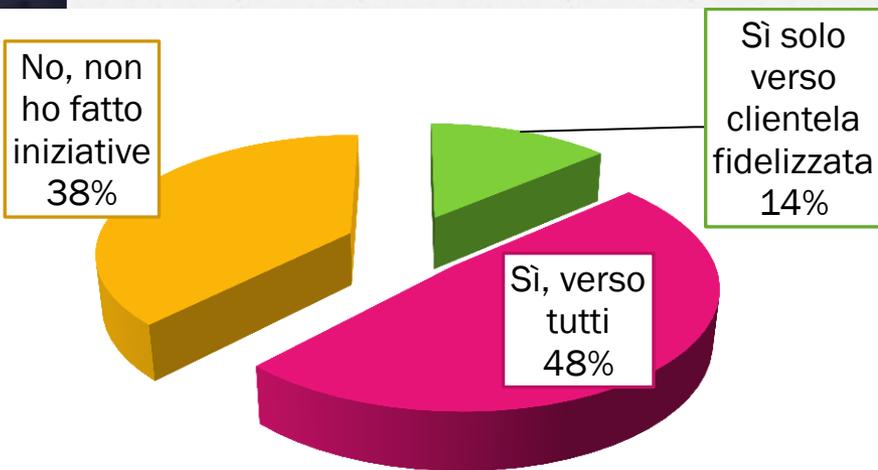
Comportamenti di acquisto

- o I comportamenti della clientela si sono stabilizzati rispetto agli ultimi anni: infatti solo il 45% ha dichiarato di aver riscontrato qualche nuova tendenza.
- o C'è una **precisa scelta di risparmio** per il corredo scolastico: il consumatore è attento al prezzo, compra prodotti economici, cerca o aspetta gli sconti, ecc..

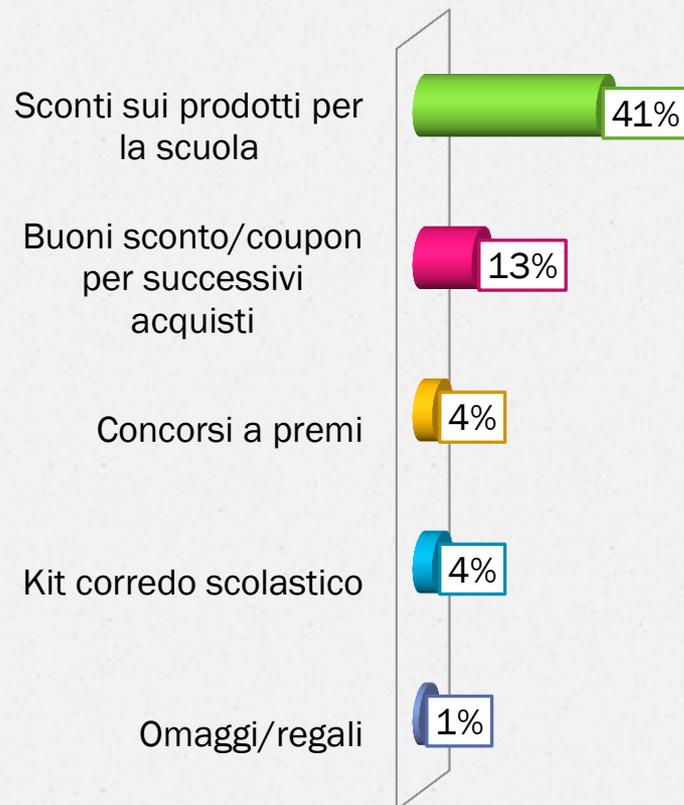
corredo scolastico



Promozioni per l'avvio scuola nelle cartolibrerie



- Il 52% degli operatori ha fatto iniziative promozionali per stimolare le vendite in questo periodo.
- Hanno preferito fare sconti nel 41% dei casi; il 13% ha optato per buoni sui prossimi acquisti.
- Meno utilizzati i concorsi a premi, i kit corredo e gli omaggi.



RISPOSTE MULTIPLE



Congiuntura flash

www.iscomgroup.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
EMILIA ROMAGNA



ISCOM
GROUP