

Cosenza 11/01/2015

Prot. CS/ 8/2015

## **COSENZA, ANDAMENTO VENDITE NELLA PRIMA SETTIMANA DI AVVIO DEI SALDI INVERNALI 2015**

Maggiore impulso negli acquisti, legati all'avvio dei saldi invernali, nella maggior parte del nostro Paese, rilevate nelle prime chiusure di cassa registrate dai nostri negozianti.

Percezione in positivo, da un sondaggio condotto dal nostro Osservatorio Nazionale, in tutte le Regioni d'Italia. Gli operatori commerciali sentiti, parlano di un buon avvio degli sconti di fine stagione, specie nei centri storici delle grandi città e in quelle d'arte, anche grazie al miglioramento del meteo e alla concomitanza con l'Epifania, condizioni che hanno creato un maggior afflusso nella località turistiche sia di stranieri che di italiani, con quest'ultimi che però sembrano ancora cauti con le spese, cercando sì la qualità ma soprattutto il risparmio, quindi a caccia della vera occasione.

I turisti stranieri invece spendono di più in media.

Come Confesercenti Provinciale, abbiamo distrettualizzato il territorio, della Provincia di Cosenza, in 6 macro ambiti TURISTICO-COMMERCIALI con poli urbani di riferimento: area urbana del Capoluogo di Provincia e Sila (Cosenza), area del Pollino (Castrovillari), Alto Jonio Sibaritide (Trebisacce-Villapiana), Basso Jonio (area urbana Rossano-Corigliano), Basso Tirreno (Paola-Amantea), Alto Tirreno (Scalea-Diamante).

Questa ripartizione in macroaree ci consente di meglio monitorare le dinamiche commerciali e dei flussi turistici nella nostra Provincia.

In questa occasione abbiamo verificato la percezione dei nostri negozianti associati, per i diversi ambiti territoriali, ma anche per metodologia diversa di vendita (franchisee e negozio tradizionale)

### LE DOMANDE POSTE SONO STATE:

#### **1. A POCHI GIORNI DELL'AVVIO DEI SALDI INVERNALI 2015, QUALE VARIAZIONE SI REGISTRA SULLE VENDITE RISPETTO**

\* SCORSO ANNO

\* 5/6 ANNI FA

#### **2. COME I CLIENTI PERCEPISCONO I SALDI**

\* REALI OPPORTUNITA' DI RISPARMIO

\* PICCOLA SCONTISTICA

### 3. LA SPESA MEDIA PER FAMIGLIE, E PER SINGOLI ACQUIRENTI A QUANTO AMMONTA IN MEDIA.

**RISULTATI INDAGINE:**

| LOCALITA' MONITORATE   | TIPOLOGIA NEGOZIO: FRANCHISING  | TIPOLOGIA NEGOZIO: TRADIZIONALE   |
|--|---|---|
| COSENZA<br>CASTROVILLARI<br>ROSSANO<br>TREBISACCE<br>SCALEA<br>PAOLA | <p>Rispetto allo scorso anno la situazione è in parità. Rapportato a 5/6 anni fa calo vendite variabile dal 5% sulle aree costiere a circa il 30% nelle aree interne.</p> <p>I saldi sono percepiti come reale opportunità di risparmio, in quanto la clientela tende a ricordare il prezzo originario che può essere controllato anche on line, e quindi percepisce lo sconto.</p> <p>La spesa media non è facilmente identificabile in quanto le attività hanno prezzi diversi e soprattutto pubblico di riferimento diverso.</p> <p>I giovani comunque, singolarmente, non spendono oltre i 10 euro.</p> | <p>La vendita rispetto allo scorso anno è molto più bassa e anche l'affluenza, rispetto a 5/6 anni, fa registra un calo molto importante; causa principale quest'anno la tredicesima è stata spesa solo in tasse e bollette. Solo alcuni percepiscono gli sconti come reale opportunità di risparmio, mentre la maggior parte solo come piccola scontistica.</p> <p>Dei clienti che percepiscono l'opportunità di risparmio, molti non hanno la reale capacità di acquisto.</p> <p>La spesa media per famiglia si aggira sulle 120/130 euro, mentre il singolo acquirente non spende più di 10/20 euro.</p> |