



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

REGGIO EMILIA

Ufficio Stampa

Reggio Emilia, 21 febbraio 2011

## **COMUNICATO STAMPA**

### **CONFCOMMERCIO, SALDI INVERNALI: BILANCIO DI META' PERIODO**

A poco più di un mese dall'avvio dei saldi Confcommercio traccia un bilancio dell'andamento delle vendite di fine stagione. In base all'indagine, che ha interessato imprese commerciali del comparto abbigliamento e calzature non soltanto reggiane ma di tutta l'Emilia Romagna, è emerso un tenore delle vendite in saldo abbastanza contenuto, che ha mantenuto solo in parte le premesse rassicuranti dei primi giorni di sconti. Rispetto allo scorso anno la spesa nei saldi invernali è risultata stabile per la il 41% degli operatori emiliano-romagnoli intervistati, aumentata per il 15% e diminuita per il 44% (i dati reggiani indicano, rispettivamente 21% di imprese stabili, altrettante in crescita, e 57% in calo).

”Un andamento dei saldi fino ad ora non particolarmente brillante – commenta il Presidente di Confcommercio Reggio Emilia **Donatella Prampolini Manzini** – sul quale ha pesato la lieve contrazione dei consumi percepita dalle famiglie tra fine 2010 e inizio 2011. I nostri operatori continuano a investire con fiducia nello strumento dei saldi, ma hanno dovuto rivedere al ribasso, almeno fino ad ora, le prospettive iniziali”.

La principale causa della contrazione dei consumi nel periodo dei saldi, contrazione avvalorata da una recente indagine Istat e rilevata a livello nazionale dall'indagine sui consumi del Centro Studi Confcommercio, va addebitata alla crisi economica (per uno su tre degli intervistati sia reggiani che emiliano-romagnoli). Altri elementi ricorrenti tra le motivazioni indicate dai reggiani sono la concorrenza di altre formule commerciali, in particolare la grande distribuzione (20%) e gli outlet (13%), e il cambiamento delle abitudini di consumo (20%).



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

REGGIO EMILIA

Proprio dall'indagine si rilevano alcune interessanti indicazioni rispetto ai comportamenti di consumo degli acquirenti: si conferma la tendenza a limitare l'acquisto in saldo solamente allo stretto necessario, accanto alla grande attenzione al prezzo da parte della clientela (rispettivamente il 71% e il 43% dei commercianti reggiani intervistati).

“Siamo di fronte a un processo di acquisto divenuto molto competente – prosegue la Presidente **Prampolini Manzini** – che sempre di più è basato su un'attenta valutazione qualità-prezzo. La crisi ha accelerato questo fenomeno, dato che le famiglie si sono trovate a dover razionalizzare gli acquisti per mantenere, ove possibile, lo stesso stile di vita. La scelta di far iniziare i saldi con una data unica in tutta la regione, inoltre, ha permesso di limitare il calo nel volume delle vendite dei negozi del capoluogo.”

Tra i reggiani, rispetto allo scorso anno la tipologia di prodotti che ha registrato il maggior incremento delle vendite è costituita dalla fascia di **prodotti di marca con prezzo medio** (53%), a conferma del fatto che la clientela ricerca nei saldi il capo di qualità, valutando con attenzione il rapporto qualità-prezzo. La spesa media pro-capite si attesta sui 94 euro (92 euro per i reggiani).

“In base ai dati raccolti - conclude il Direttore di Confcommercio Reggio Emilia **Pier Paolo Occhiali** – permane uno sbilanciamento tra le vendite in stagione e quelle nei saldi che deve essere attentamente monitorato tanto dal punto di vista della redditività delle strutture, quanto rispetto alle norme che regolano lo strumento dei saldi”.

**CONFCOMMERCIO REGGIO EMILIA**  
*Ufficio Stampa*