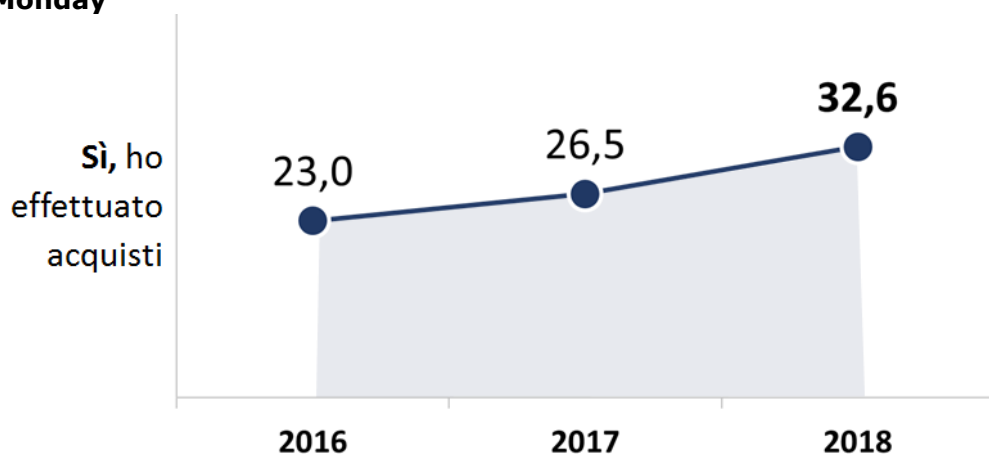


Serie storica del comportamento d'acquisto rilevato in occasione del Black Friday e Cyber Monday



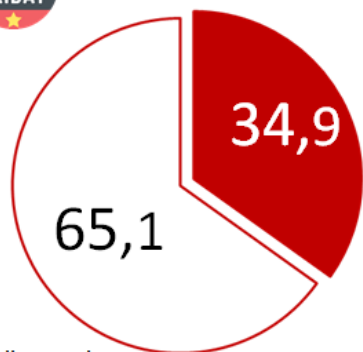
Fonte: dati estratti dagli Osservatori sui saldi Confcommercio-Format anni 2016, 2017 e 2018

Al di là della frazione di soggetti che partecipa a queste iniziative - che ormai stanno diventando una specie di "saldi speciali" - va sottolineato un più ampio aspetto di gradimento potenziale che coinvolge una platea ben più ampia di consumatori. Circa venti giorni prima dell'ultimo Black Friday, quasi il 50% dei consumatori erano intenzionati a partecipare a questi "saldi speciali". Evidentemente, tra il 15 e il 20% di persone interessate non ha poi acquistato per le più svariate ragioni, ma il potenziale di partecipazione è elevato e crescente e costituisce il principale carburante per lo sviluppo del business durante queste iniziative.

Resta da capire, dal punto di vista macroeconomico, se gli acquisti a cavallo della settimana Black Friday-Cyber Monday possano considerarsi aggiuntivi, cioè portatori di nuovo e genuino valore aggiunto al sistema. Purtroppo, per cause legate alle incertezze che si riflettono sul clima di fiducia decrescente e al rallentamento della già fragile ripresa italiana, il contributo di queste importanti iniziative appare più sostitutivo che aggiuntivo in termini di vendite. Infatti, quasi il 60% dei negozianti, nonostante ci sia stato un incremento di visite da parte di nuovi clienti, non registra incrementi di vendite. Solo il 9% dichiara di aver incrementato i ricavi di almeno il 20%.

Visita di nuovi clienti in occasione del Black Friday

Durante il Black Friday il Suo negozio è visitato da nuovi clienti?

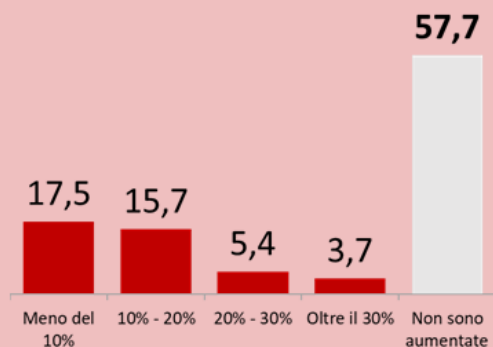


Sì, il negozio è visitato da nuovi clienti

No, il negozio non è visitato da nuovi clienti

Durante il Black Friday di quanto sono incrementate le vendite nel suo negozio?

(Analisi effettuata solo sulle imprese che hanno dichiarato che il suo negozio è visitato da nuovi clienti durante il Black Friday)



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi di Natale 2018"

Questo documento presenta un estratto dei risultati dell'indagine «Natale 2018», svolta da Format Research per conto di Confcommercio Imprese per l'Italia nel mese di novembre 2018 e una sintesi dell'indagine «Saldi invernali gennaio 2019» realizzata nel mese di dicembre 2018. I dati desunti riguardano il tema del Black Friday (e/o del Cyber Monday 2018).

Natale 2018. Obiettivi del lavoro: dati ed informazioni sulle intenzioni di acquisto e le intenzioni di spesa degli italiani in occasione delle festività natalizie 2018, le tipologie di prodotti destinati ad essere acquistati dagli italiani per essere regalati, i destinatari degli acquisti, i canali di vendita degli acquisti e l'impiego del commercio elettronico, il sentiment degli italiani e il clima di fiducia dei consumatori.

L'indagine svolta con Sistema Cati e Cawi è stata rivolta ai consumatori (n. 1.279 interviste a buon fine).

Saldi Gennaio 2019. La ricerca è stata basata su due indagini distinte: una indagine sui consumatori ed una indagine sulle imprese del commercio al dettaglio.

INDAGINE AI CONSUMATORI

Propensione dei consumatori ad approfittare della prossima stagione dei saldi invernali prevista per il mese di gennaio 2019; previsione di spesa dei consumatori; tipologie dei prodotti per i quali i consumatori intendono approfittare dei saldi; opinione dei consumatori circa la qualità e le caratteristiche dei prodotti generalmente posti in vendita a saldo dalle imprese del commercio.

INDAGINE SULLE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Sconto medio praticato dagli imprenditori per i prodotti posti a saldo; opinione degli imprenditori sul valore della stagione dei saldi invernali sul totale delle vendite effettuate dalla propria impresa nell'arco dell'anno; opinione degli imprenditori del commercio sulla qualità e sulla tipologia dei prodotti posti in vendita a saldo.

L'indagine svolta con Sistema Cati e Cawi è stata rivolta ai consumatori e alle imprese (n. 750 interviste ai consumatori e n. 433 interviste alle imprese del commercio al dettaglio non alimentare).