

# FASHION & EMERGENZA SANITARIA



Aggiornamento: 15 marzo 2020





## Premessa: Lo shopping ai tempi del Covid 19

- ❑ *Nello scenario di estrema complessità ed eccezionalità attuale, Sita Ricerca intende offrire un contributo di “pensiero” agli operatori del settore fashion attraverso un monitoraggio del sentiment della popolazione rispetto al mondo dell’abbigliamento.*
- ❑ *A partire da questa settimana l’Osservatorio FASHION & EMERGENZA SANITARIA misurerà il comportamento dei consumatori italiani verso gli acquisti fashion, le strategie di consumo messe in atto e le loro intenzioni future, fornendo nel contempo indicazioni concrete, provenienti dai consumatori stessi, su come mantenere i negozi «attivi e vivi».*
- ❑ *L’indagine sarà realizzato su un campione di 800 casi del nostro panel web, rappresentativo della popolazione italiana tra il 15-16 marzo.*



# Tra il 10 e l'11 marzo sono stati chiusi tutti i pdv di abbigliamento, accessori e calzature

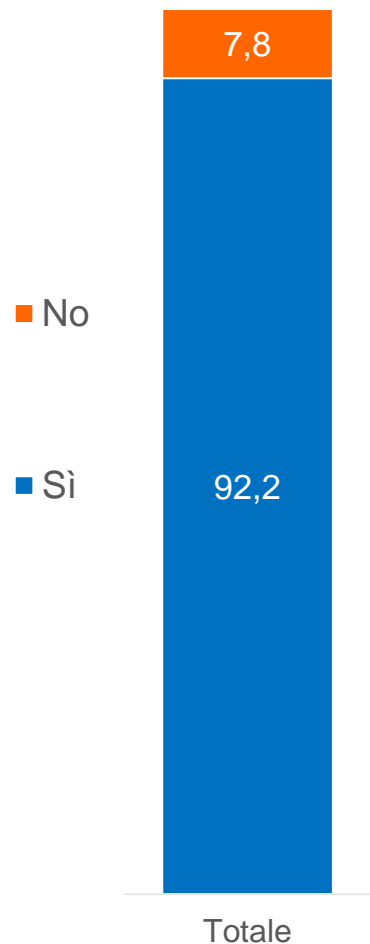
*Nell'ultima settimana si è recato a visitare un negozio di abbigliamento? (% risposte affermative)*



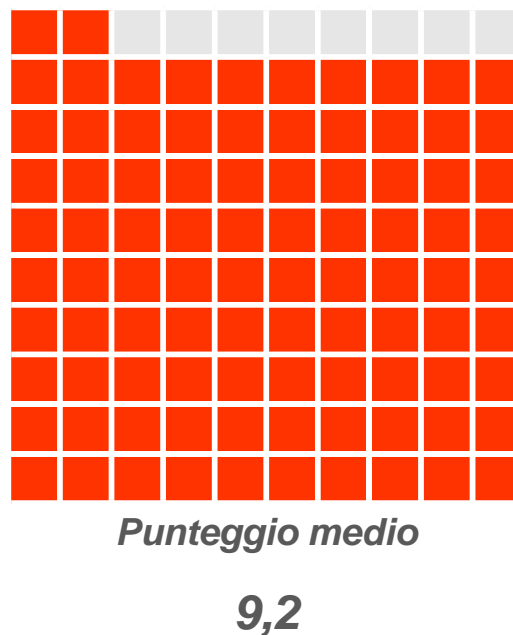


# I consumatori non sono rimasti sorpresi e sono ampiamente d'accordo con le decisioni del Governo. L'abbigliamento non è visto come un bene di prima necessità. La salute prima di tutto.

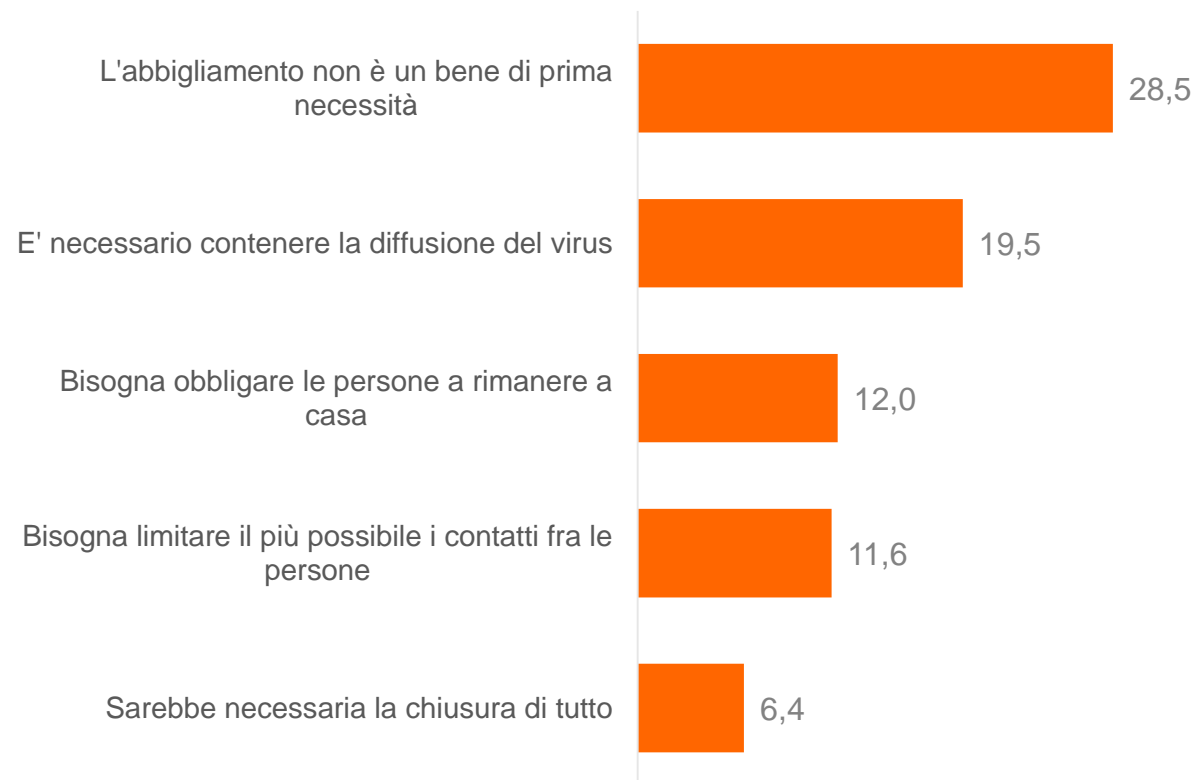
*Nell'ultima settimana il Governo ha emanato nuove disposizioni, fra queste è stata disposta anche la chiusura dei negozi di Abbigliamento, Scarpe e Accessori: se lo aspettava?*



*In una scala da 1 a 10 quanto ritiene giusto il provvedimento di chiusura dei negozi di Abbigliamento, Scarpe e Accessori?*



*Perché ci esprime questa valutazione?*



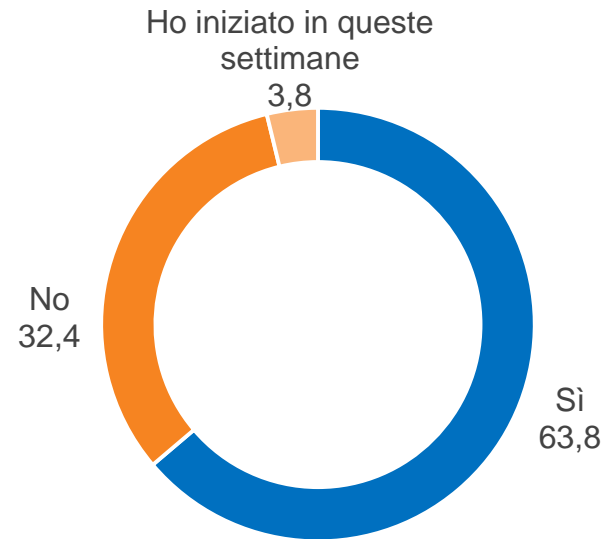


La chiusura dei negozi porta a due macro comportamenti: il 43% rimanderà gli acquisti, il 50% acquisterà on line in caso di necessità (specie intimo). Un 4% ha cominciato a comprare online per la prima volta in queste ultime settimane. Gli abitué dell'on line però tendono a comprare meno di prima.

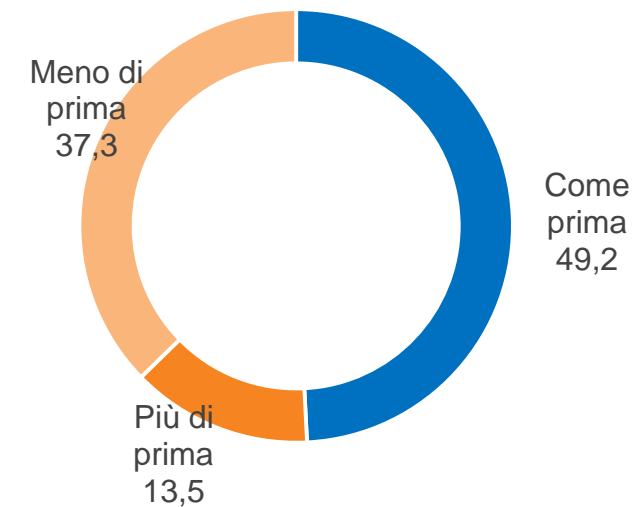
*In questa fase di limitazione degli spostamenti e chiusura dei negozi quale dei seguenti comportamenti intende seguire relativamente agli acquisti di abbigliamento, scarpe, accessori?*



*Lei compra abitualmente on line abbigliamento, calzature e accessori?*



*In quest'ultimo periodo lei sta acquistando abbigliamento, calzature, accessori on line ....*





Solo per 3 persone su 10 il servizio on line funziona regolarmente. Le difficoltà sono soprattutto legate alla consegna (60%). La comunicazione marca-cliente non è efficace: il 44% non è a conoscenza di iniziative particolari ed il 22% non ricorda il contenuto dei messaggi ricevuti.

*In quest'ultimo periodo quali difficoltà sta incontrando negli acquisti on line di abbigliamento, calzature e accessori?*



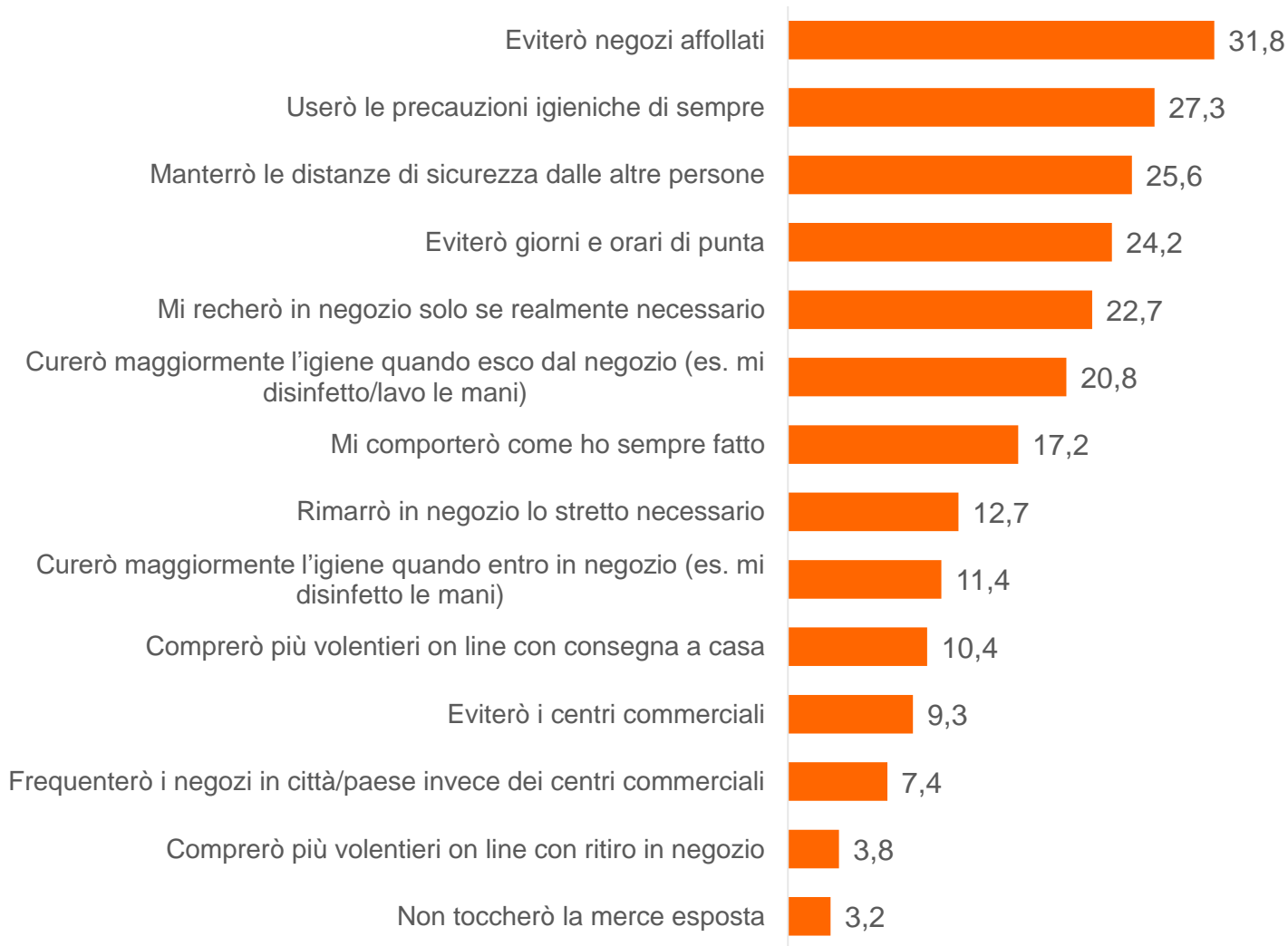
*In questo periodo alcune marche di abbigliamento hanno fatto iniziative via sms/mail/instagram/facebook per stare più vicino ai clienti. Parlando delle marche con cui è in contatto quali iniziative ha più gradito?*





# Guardando al futuro i consumatori dichiarano di voler reiterare i comportamenti «prudenziali» assunti in questo periodo.

*Nel momento in cui sarà possibile recarsi nuovamente nei negozi di abbigliamento quali comportamenti pensa di seguire?*



**Anche quando i negozi saranno riaperti, i consumatori pensano comunque di:**

- **Evitare gli affollamenti, visitando i negozi non negli orari di punta, mantenendo le distanze dalle altre persone e permanendo in negozio il tempo minimo necessario;**
- **Curare maggiormente l'igiene prima e dopo la visita in negozio.**

**Una persona su quattro afferma che userà le precauzioni igieniche di sempre.**



# L'attenzione all'igiene sarà fondamentale per riavvicinare i consumatori ai negozi. La valorizzazione del made in Italy è un driver in crescita (18% vs 8%).

*Alcuni consumatori ci hanno suggerito queste iniziative che le aziende dovrebbero realizzare per rassicurare i consumatori a recarsi nei loro negozi una volta conclusa l'emergenza. Quali sono a Suo parere le più importanti?*



**Nel dopo emergenza i suggerimenti alle aziende si confermano ruotare intorno a questi temi:**

- **l'attenzione all'igiene e ad un ambiente pulito a 360° (è in forte crescita rispetto al periodo precedente alla chiusura),**
- **la regolamentazione degli accessi ed il controllo sui comportamenti della clientela,**
- **una comunicazione che rassicuri sulle norme igieniche seguite dal punto vendita,**
- **la valorizzazione del prodotto made in Italy (valore più che è raddoppiato rispetto alla rilevazione della settimana scorsa)**

**I clienti suggeriscono anche:**

- **anticipo dei saldi,**
- **buoni sconto oggi da utilizzare in negozio alla riapertura.**





## I siti:

[www.sitaricerca.com](http://www.sitaricerca.com)

[www.geofashion.it](http://www.geofashion.it)

[www.fashionmapitalia.com](http://www.fashionmapitalia.com)

## Le sedi:

**MILANO:** Via Stefano Canzio, 15 - Tel. +39 02.37.07.28.87

**ROMA:** Via Attilio Friggeri, 35 - Tel. +39 06.35.40.49.80

## Contatti:

[info.servizi@sitaricerca.com](mailto:info.servizi@sitaricerca.com)