

Osservatorio Economico Confcommercio Roma | Saldi invernali 2025: il sentiment dei consumatori di Roma Capitale

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Confcommercio Roma.

3 Soggetto acquirente

Confcommercio Roma.

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dicembre 2024.

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

Corriere della Sera Roma

Il Messaggero

Repubblica Roma

6 Data di pubblicazione del sondaggio

2 gennaio 2025.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Indagine di opinione sui consumi dei cittadini romani e sui saldi invernali 2025.

8 Popolazione di riferimento

Popolazione residente nella provincia di Roma.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Roma.

10 Metodo di campionamento⁴

Campione rappresentativo della popolazione residente nella provincia di Roma.

11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione rappresentativo della popolazione residente nella città di Roma di età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64).

³*Economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

⁴ *Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione*

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste Cawi (*Computer assisted web interview*).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva 500 casi (=500 interviste a buon fine complessive).

14 Testo integrale delle domande⁵

1. In che misura sta attendendo i prossimi saldi invernali (gennaio 2025) per acquistare articoli ai quali sta pensando da tempo?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Nel dettaglio, cosa intende acquistare?

- Qualsiasi tipo di prodotto 1
- Solo prodotti di marca 2

TOTALE RISPONDENTI 52,3%

3. Ad oggi, cosa rappresentano i saldi per lei?

1. Una vera occasione di risparmio e di fare affari
2. Una modalità commerciale superata
3. Una occasione per rinnovare il guardaroba
4. Un'occasione per acquistare articoli che altrimenti non potrei permettermi

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. Ha intenzione di effettuare acquisti durante i prossimi saldi invernali?

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. Per quale dei seguenti motivi non effettuerà acquisti?

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- A. Non posso permettermi di fare acquisti perché è peggiorato il mio bilancio familiare
- B. Sto cercando di risparmiare dato il periodo di incertezza economica che stiamo vivendo (crescita dell'inflazione, rincari di energia e materie prime, disoccupazione etc.)
- C. Preferisco approfittare delle campagne scontistiche online che ci sono tutto l'anno
- D. Acquisto presso negozi e piattaforme online dove si vendono prodotti di seconda mano
- E. Acquisterò prima durante il Black Friday
- F. In genere sono interessato ad articoli che non sono a saldo (nuove collezioni e/o collezioni continuative)
- G. Altro

TOTALE RISPONDENTI 30,8%

6. Dove pensa di acquistare gli articoli a saldo?

- Solo negozi fisici
- Solo online
- Sai negozi fisici sia online

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

6b. Nello specifico, dove effettuerà i Suoi acquisti per gli articoli a saldo?

- Punti vendita tradizionali (negozi di vicinato)
- Grandi Centri Commerciali (ad esempio, Roma Est, Euroma2 etc.)
- Grande Distribuzione (ad esempio, la Rinascente etc.)
- Punti di vendita del tipo "commercio equo e solidale"
- Outlet o spacci aziendali
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 94,5%

7. Utilizzerà i social network per cercare gli articoli da acquistare a saldo?

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

8. Se sì, quali?

- Facebook – pagine generiche
- Facebook – seguo influencer di moda
- Instagram – pagine generiche
- Instagram – seguo influencer di moda
- Pinterest
- TikTok

- Youtube
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 36,8%

9. Quali sono i prodotti ai quali è interessato?

1. Capi di abbigliamento
2. Calzature
3. Biancheria intima
4. Accessori (guanti, cinture, sciarpe, cappelli, Ecc.)
5. Pelletteria e articoli di valigeria (valigie, borse beauty case, Ecc.)
6. Articoli sportivi
7. Biancheria per la casa
8. Articoli per la casa
9. Mobili
10. Elettrodomestici
11. Altro

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

10. Sia pure orientativamente, quale cifra intende spendere ai prossimi saldi invernali?

- meno di 100 euro
- da 100 a 300 euro
- da 300 a 500 euro
- oltre 500 euro

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

11. La cifra che intende spendere nei prossimi saldi invernali sarà...?

- Superiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2024
- Uguale alla cifra spesa ai saldi invernali 2024
- Inferiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2024

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

13. Quando acquista articoli a saldo attribuisce maggiore importanza...?

- Alla qualità 1
- Al prezzo 2

TOTALE RISPONDENTI 69,2%

14. Quanto si sente tutelato come consumatore quando acquista articoli a saldo?

- Molto 1

- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

TOTALE RISPONDENTI 69,2%