

# Saldi Invernali 2025: Analisi dei comportamenti d'acquisto dei consumatori e delle dinamiche del settore retail

Documento completo relativo al sondaggio<sup>1</sup>

## 1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

## 2 Soggetto committente

Confcommercio Imprese per l'Italia.

## 3 Soggetto acquirente

Confcommercio Imprese per l'Italia.

## 4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Novembre-dicembre 2024.

---

<sup>1</sup> 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.

## 5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato<sup>2</sup>

<https://www.confcommercio.it/-/saldi-invernal-indagine>

<https://www.ilsole24ore.com/art/saldi-confesercenti-comprera-quasi-italiano-due-budget-medio-218-euro-famiglia-AGA47p4B>

[https://www.corriere.it/economia/life/24\\_dicembre\\_27/natale-un-italiano-su-due-riciclera-i-regali-soprattutto-cibo-e-vestiti-risparmi-per-3-5-miliardi-c4e530e1-f930-44ad-b151-473b1a93bxlk.shtml](https://www.corriere.it/economia/life/24_dicembre_27/natale-un-italiano-su-due-riciclera-i-regali-soprattutto-cibo-e-vestiti-risparmi-per-3-5-miliardi-c4e530e1-f930-44ad-b151-473b1a93bxlk.shtml)

## 6 Data di pubblicazione del sondaggio

2 gennaio 2025.

## 7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio<sup>3</sup>

L'obiettivo dello studio è rilevare, descrivere ed analizzare i comportamenti di acquisto degli italiani e le aspettative dei commercianti in vista dei prossimi saldi invernali. L'obiettivo primario è di analizzare a fondo le dinamiche relative alla prossima stagione dei saldi invernali, un periodo di rilevanza strategica per il settore commerciale.

## 8 Popolazione di riferimento

- Popolazione italiana di età superiore ai 18 anni
- Imprese del commercio al dettaglio che praticano i saldi nella stagione invernale (gennaio).

## 9 Estensione territoriale del sondaggio

Italia

## 10 Metodo di campionamento<sup>4</sup>

- Campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni.

---

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

<sup>3</sup>Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).

<sup>4</sup> Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione

- Campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio che praticano i saldi nella stagione invernale (gennaio).

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

- Campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni. 750 casi in funzione dei seguenti domini di studio: genere (maschio, femmina); classe d'età (18-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni) territorio (nord ovest, nord est, centro, sud e isole); titolo di studio (laurea o superiore, medie superiori, medie inferiori, elementari o nessun titolo); stato civile (coniugati o famiglie di fatto, non coniugati residenti con la famiglia di origine, non coniugati single); carattere socio professionale (occupati, casalinghe, pensionati, studenti, altri non occupati); posizione nella professione (imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, impiegati e quadri, operai, commercianti, altri); componenti del nucleo familiare (un componente, due componenti, tre componenti, quattro componenti, cinque componenti, oltre cinque componenti).
- Campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio che praticano i saldi nella stagione invernale (gennaio). 384 casi in funzione dei seguenti domini di studio: dimensione delle imprese (1 addetto; 2-5 addetti; 6-9 addetti; oltre 9 addetti); territorio (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole); + 90 casi per ciascuna delle quattro città oggetto del focus sull'impatto dei flussi turistici.

## **12 Metodo di raccolta delle informazioni**

Interviste somministrate con il Sistema Cati/Cawi (*Computer Assisted Telephone/Web Interview*).

## **13 Numerosità campionaria e sostituzioni**

- Numerosità campionaria complessiva popolazione: 750 casi (700 interviste a buon fine) per la popolazione italiana di età superiore ai 18 anni;
- Numerosità campionaria complessiva imprese: 474 casi (interviste a buon fine) per le imprese del commercio al dettaglio che praticano i saldi nella stagione invernale (gennaio). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,5%).

## **Testo integrale delle domande<sup>5</sup>**

---

<sup>5</sup> Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

# CONSUMATORI

## 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%

## 3. È favorevole alla concentrazione degli sconti in un periodo specifico dell'anno?

- "Sì, in questo modo riesco a pianificare gli acquisti": apprezzo i saldi di fine stagione poiché mi consentono di risparmiare su acquisti di grande valore, incentivando così una programmazione più attenta delle spese e riscontrando maggiore trasparenza dei prezzi.
- "No, mi piacerebbe che ogni negozio si organizzasse liberamente": gradirei un'esperienza di acquisto più personalizzata, dando maggiore libertà ai negozi di adattarsi alle esigenze dei consumatori e di sperimentare diverse strategie di vendita.

TOTALE RISPONDENTI 100%

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

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

## 5. (Solo coloro che non effettueranno acquisti) Per quale dei seguenti motivi non effettuerà acquisti?

- 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
- 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. Ho già acquistato durante il Black Friday
- F. In genere sono interessato ad articoli che non sono a saldo (nuove collezioni e/o collezioni continuative)

G. Altro (specificare\_\_\_\_\_)

TOTALE RISPONDENTI 40,2%

**6. (Solo coloro che effettueranno acquisti) Dove si recherà ad acquistare durante i prossimi saldi invernali?**

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

TOTALE RISPONDENTI 59,8%

**7. (Solo chi ha detto che acquisterà presso negozi fisici ossia se d7=1 o 3) Nel dettaglio, dove pensa di acquistare gli articoli da acquistare a saldo?**

- A. Negozi di vicinato
- B. Negozi presso Grandi Centri Commerciali
- C. Negozi presso outlet
- D. Altro (specificare\_\_\_\_\_)

TOTALE RISPONDENTI 70,3%

**8. (Solo coloro che effettueranno acquisti) Utilizzerà i social network per cercare gli articoli da acquistare a saldo?**

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 59,8%

**9. (Solo coloro che utilizzeranno i social network) 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 59,8%

**10. (Solo coloro che effettueranno acquisti) Quali articoli pensa di acquistare?**

1. Capi Di Abbigliamento |\_\_|
2. Calzature |\_\_|
3. Biancheria Intima |\_\_|

4. Accessori (Guanti, Cinte, Sciarpe, Cappelli, Ecc.)	__
5. Pelletteria E Articoli Di Valigeria (Valigie, Borse Beauty Case, Ecc.)	__
6. Articoli Sportivi	__
7. Biancheria Per La Casa	__
8. Cosmetici e prodotti per la cura della persona	__
9. Giochi e giocattoli	__
10. Altro	__

TOTALE RISPONDENTI 59,8%

**11. (Solo coloro che effettueranno acquisti) 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 59,8%

**12. (Solo coloro che effettueranno acquisti) La cifra che intende spendere ai 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 59,8%

**13. A quale aspetto attribuisce maggiore importanza quando effettua acquisti a saldo?**

- Allo sconto percentuale (più alto è lo sconto, più sono propenso a comprare)
- Alla qualità del prodotto (preferisco un prodotto di qualità, anche se lo sconto non è elevato)
- Al marchio (compro solo marchi di fiducia, indipendentemente dallo sconto)
- Alla necessità personale (compro solo ciò di cui ho effettivamente bisogno)
- Alla sostenibilità (per me è fondamentale rispettare l'ambiente e seguire principi etici, anche se ciò implica rinunciare a sconti elevati)

TOTALE RISPONDENTI 100%

**14. Ritiene che i fenomeni dovuti al cambiamento climatico stiano avendo delle conseguenze sulle sue abitudini di acquisto?**

- A. Sì, lo scorso autunno ho rinviato l'acquisto di capi pesanti viste le temperature ancora estive
- B. Sì, sto acquistando un abbigliamento più "light" in quanto gli inverni non sono più rigidi come una volta
- C. Sì, sto acquistando capi sempre più compatibili con eventi atmosferici estremi
- D. No, nessuna modifica

TOTALE RISPONDENTI 100%

## IMPRESE

**1. Volendo fare un bilancio, lei direbbe che i ricavi che ha totalizzato la sua impresa nel 2024 rispetto al 2023...?**

- Sono molto diminuiti (-15% e oltre)
- Sono diminuiti (dal -10% al -5%)
- Sono rimasti invariati ( $\pm 5\%$ )
- Sono aumentati (dal +5% fino al +15%)
- Sono molto aumentati (+15% e oltre)

TOTALE RISPONDENTI 100%

**2. Lei prevede che nei prossimi saldi invernali il suo negozio sarà visitato...?**

- In misura maggiore rispetto ai saldi invernali 2024
- In eguale misura rispetto ai saldi invernali 2024
- In misura inferiore rispetto ai saldi invernali 2024

TOTALE RISPONDENTI 100%

**3. (Se ha dichiarato in misura inferiore) Per quale dei seguenti motivi?**

- Competizione Online: Sempre più consumatori si rivolgono agli acquisti online, dove possono facilmente confrontare prezzi e trovare offerte migliori.
- Scelte Consapevoli: Alcuni clienti potrebbero essere diventati più cauti e consapevoli nelle loro spese, decidendo di non acquistare impulsivamente anche durante i saldi.
- Evoluzione delle Abitudini di Consumo: Con l'aumento della sostenibilità e della moda slow, sempre più persone potrebbero preferire acquistare meno, anche durante i saldi.
- Problemi Economici: Crisi economiche o instabilità finanziaria possono portare a una diminuzione della spesa al dettaglio, anche durante i periodi di sconto.
- Promozioni Alternative: Altri negozi potrebbero offrire promozioni più allettanti o strategiche, attirando i clienti altrove.

- Perdita appeal saldi: A furia di vedere saldi e promozioni, i consumatori potrebbero sentirsi "saturi" e meno motivati a visitare i negozi.
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 23,2%

**4. Cosa ne pensa dell'opportunità di stabilire una data unica in tutta Italia per l'avvio dei saldi invernali?**

- È stato utile fissare un'unica data unica
- È stato utile ma avrei preferito fosse stata posticipata
- È stato utile ma avrei preferito fosse stata anticipata
- Non è stato utile, avrei preferito liberalizzare la data dei saldi

TOTALE RISPONDENTI 100%

**5. Qual è la media di sconto (in percentuale) che proporrà per gli articoli in vendita nei prossimi saldi invernali?**

- Meno del 20%
- dal 20% al 30%
- dal 30% al 40%
- dal 40% al 50%
- oltre il 50%

TOTALE RISPONDENTI 100%

**6. Durante i saldi invernali si aspetta che il suo negozio sarà visitato da nuovi clienti?**

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

**7. Lei si aspetta che i prossimi saldi invernali (gennaio 2025) incideranno sulle vendite annuali complessive del suo negozio...**

- Meno del 10%
- 10% - 20%
- 20% - 30%
- Oltre il 30%

TOTALE RISPONDENTI 100%

**10. Quale strumento promozionale utilizza la sua impresa per attirare i clienti durante i saldi?**

- Cartelloni, volantini, etc.
- Annunci sui social network
- Campagna comunicazioni a clienti fidelizzati (e-mail, sms, etc.)
- Banner su siti internet
- Altro (campagne TV e radio. etc.)
- Nessuno di questi

TOTALE RISPONDENTI 100%

**11. Il suo negozio è generalmente frequentato da turisti durante i saldi invernali?**

- Sì
- **No**

TOTALE RISPONDENTI 100%

**12. Lei prevede che ai prossimi saldi invernali il suo negozio sarà visitato da turisti...**

- In misura maggiore rispetto ai saldi invernali 2024
- In eguale misura rispetto ai saldi invernali 2024
- In misura inferiore rispetto ai saldi invernali 2024

TOTALE RISPONDENTI 44,2%

**13. Come si ripartisce in percentuale sul totale la provenienza dei turisti che frequentano il suo negozio durante i saldi invernali tra...?**

- Italiana, clienti che provengono da altri comuni della regione
- Italiana, clienti che provengono da altre regioni
- Straniera

TOTALE RISPONDENTI 44,2%

**14. (Se hanno indicato un valore superiore a 0 alla voce "straniera") Quali articoli tendono ad acquistare di più i clienti stranieri durante i saldi?**

- Marchi italiani di alta moda
- Prodotti artigianali locali  
(es. sciarpe in lana, borse e zaini in pelle lavorata a mano; etc.)
- Qualsiasi tipo di prodotto

TOTALE RISPONDENTI 37,7%

**14.bis (Se hanno indicato un valore superiore a 0 alla voce "straniera") Qual è lo scontrino medio del singolo turista straniero che visita il suo negozio durante il periodo dei saldi invernali?**

- Meno di 50 euro
- Tra 50 e 100 euro
- Tra 100 e 150 euro
- Tra 150 e 200 euro
- Oltre 200 euro

TOTALE RISPONDENTI 37,7%

**15. Quanto prevede inciderà l'afflusso turistico sulle vendite del suo negozio ai prossimi saldi invernali?**

- Molto, rappresenta una grande fetta delle vendite
- Abbastanza, incide sul traffico in negozio
- Poco, i clienti sono principalmente locali
- Per nulla, il turismo non influisce

TOTALE RISPONDENTI 44,2%

**16. Ritieni che i fenomeni dovuti al cambiamento climatico stiano avendo delle conseguenze sulle abitudini di acquisto della clientela?**

- Sì, propensione a rinviare l'acquisto dei capi pesanti in autunno viste le temperature ancora estive
- Sì, propensione ad acquistare un abbigliamento più "light" in quanto gli inverni non sono più rigidi come una volta
- Sì, propensione ad acquistare capi sempre più compatibili con eventi atmosferici estremi
- No, nessuna modifica

TOTALE RISPONDENTI 100%

**17. (Solo le imprese che hanno riscontrato una modifica delle abitudini di acquisto) La modifica delle abitudini di acquisto della clientela quali conseguenze stanno avendo sull'attività economica della sua impresa?**

- Ritardo nell'inizio della domanda di abbigliamento invernale
- Calo delle vendite
- Nessun impatto

TOTALE RISPONDENTI 60,6%