

Osservatorio Economico Confcommercio Toscana 2025 II SEM

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Confcommercio Toscana

3 Soggetto acquirente

Confcommercio Toscana

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Gennaio- Febbraio 2026

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.

Format Research s.r.l.

Sede Legale
Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA: 04268451004
Cap. Soc. € 25.850,00 i.v.

Unità locale
Via Sebastiano Caboto 22A
33170 Pordenone, Italia

www.formatresearch.com
info@formatresearch.com
format@pec.formatresearch.com



5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

<https://www.toscanamedianews.it/toscana-terziario-toscano-tra-prudenza-e-aspettative.htm>

<https://www.confcommercio.it/-/format-confcommercio-toscana>

<https://confcommercio.firenze.it/articoli/indagini/23553-terziario-toscano-rallenta-il-2025-ma-le-imprese-guardano-al-2026-con-fiducia>

<https://www.agipress.it/terziario-in-toscana-rallenta-il-2025-ma-le-imprese-guardano-al-2026-con-fiducia/v>

[Il terziario toscano rallenta • Nove da Firenze](#)

gonews.it/2026/03/10/terziario-pisano-cauto-ottimismo-2026/?amp=1

6 Data di pubblicazione del sondaggio

10 marzo 2025

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Osservatorio congiunturale e previsionale a carattere continuativo sul tessuto delle imprese del terziario della Toscana (commercio, turismo e servizi), con focus di approfondimento su "I consumi che cambiano"

8 Popolazione di riferimento

Imprese della filiera del turismo in Toscana

9 Estensione territoriale del sondaggio

Regionale, Toscana

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

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

10 Metodo di campionamento⁴

Indagine basata su un campione statisticamente rappresentativo delle imprese della filiera del turismo in Toscana, n.800 interviste

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

Dimensione delle imprese: 1 addetto;

2-5 addetti; 6-9 addetti; 10-19 addetti; 20-49 addetti; Oltre 49 addetti.

Settore di attività economica: Commercio, Turismo, Servizi

12 Metodo di raccolta delle informazioni

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

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria: 380 casi (=380 interviste a buon fine).
Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,9\%$).

14 Testo integrale delle domande⁵

1. (CONGIUNTURA) A Suo giudizio la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...?

- Migliorata
- Rimasta invariata
- Peggiorata

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. (PREVISIONE) Ritene che la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, nei prossimi sei mesi, rispetto al semestre attuale...?

- Migliorerà

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

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

- Resterà invariata
- Peggiorerà

TOTALE RISPONDENTI 100%

3. (CONGIUNTURA) Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti...?

- Migliorato
- Rimasto invariato
- Peggiorato

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. (PREVISIONE) Ritiene che l'andamento economico generale della Sua impresa nei prossimi sei mesi...?

- Migliorerà
- Resterà invariato
- Peggiorerà

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. (CONGIUNTURA) Tenuto conto dei fattori stagionali, nel semestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al semestre precedente sono...

- Migliorati
- Rimasti invariati
- Peggiorati

TOTALE RISPONDENTI 100%

6. (PREVISIONE) Lei prevede che nei prossimi sei mesi i ricavi della sua impresa...? *(Una risposta)*

- Miglioreranno
- Resteranno invariati
- Peggioreranno

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. (CONGIUNTURA) Nel semestre considerato, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre precedente, è...?

- Migliorata
- Rimasta invariata
- Peggiorata

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. (PREVISIONE) Nel prossimo semestre prevede che l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre attuale...

- Migliorerà
- Resterà invariata
- Peggiorerà

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. (CONGIUNTURA) In generale, i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...?

- Migliorati
- Rimasti invariati
- Peggiorati

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. (PREVISIONE) Prevede che, in generale, i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori nei prossimi sei mesi saranno...?

- Miglioreranno
- Resteranno invariati
- Peggioreranno

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. (CONGIUNTURA) Il ritardo nei tempi di pagamento da parte dei clienti della Sua impresa, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...?

- Migliorato
- Rimasto invariato

- Peggiorato

TOTALE RISPONDENTI 100%

12. (PREVISIONE) Nei prossimi sei mesi il ritardo nei tempi di pagamento da parte dei clienti della Sua impresa...?

- Migliorerà
- Rimarrà invariato
- Peggiorerà

TOTALE RISPONDENTI 100%

13. La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...?

- Migliorata
- Rimasta invariata
- Peggiorata

TOTALE RISPONDENTI 100%

14. Ritiene che nel prossimo semestre la capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità...?

- Migliorerà
- Rimarrà invariata
- Peggiorerà

TOTALE RISPONDENTI 100%

15. A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi?

- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ma non è stata accolta
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre
- No, non ha fatto richiesta

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. (Esclusivamente chi ha fatto richiesta di credito) Negli ultimi sei mesi La Sua impresa ha chiesto un finanziamento o la rinegoziazione di un finanziamento esistente prevalentemente per...

- Liquidità e cassa
- Investimenti
- Ristrutturazione del debito

TOTALE RISPONDENTI 26%

17. La Sua impresa dispone almeno di un fido o di un finanziamento concesso da una banca?

- Sì, da oltre sei mesi
- Sì, da meno di sei mesi
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

18. (Solo chi ha fidi/finanziamenti da oltre 6 mesi) Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento a...

Migliorata Invariata Peggiorata

- ...durata temporale del credito
- ...tassi di interesse
- ...costo dell'istruttoria
- ...garanzie richieste

TOTALE RISPONDENTI 28%

19. Con riferimento al costo dei servizi bancari (es. tenuta conto, emissione disposizioni, pagamento effetti, movimenti titoli), ritiene che, negli ultimi sei mesi, rispetto al trimestre precedente, la situazione sia...?

- Migliorata
- Rimasta invariata
- Peggiorata

TOTALE RISPONDENTI 100%

20. Rispetto a 2–3 anni fa, considerando aspetti come le modalità di acquisto, la frequenza di spesa, la sensibilità al prezzo e le aspettative verso l’offerta, in che misura ritiene che i comportamenti di acquisto e/o di consumo dei suoi clienti siano cambiati complessivamente?

- Per nulla: non si osservano differenze apprezzabili nei comportamenti di acquisto
- In misura limitata: si osservano piccole variazioni (es. maggiore attenzione al prezzo o piccole variazioni di frequenza), che non hanno richiesto modifiche al mio modo di lavorare.
- In misura moderata: sono emersi cambiamenti ricorrenti nei comportamenti dei clienti, che hanno richiesto alcuni adattamenti (es. nuovi orari, gestione di diversi metodi di pagamento)
- In misura significativa: i cambiamenti sono evidenti e hanno imposto di modificare il mix di prodotti/servizi o la comunicazione
- In misura molto rilevante: i comportamenti dei clienti sono profondamente diversi rispetto al passato e hanno richiesto cambiamenti strutturali nel nostro modo di operare

TOTALE RISPONDENTI 100%

21. A prescindere dall’entità della spesa, in quali dei seguenti ambiti ha osservato i cambiamenti più significativi nel percorso d’acquisto del cliente?

- A. Ricerca e Selezione: il cliente arriva più informato, ha già confrontato prezzi e recensioni online
- B. Integrazione Canali: uso misto di fisico e digitale (*es. guarda in negozio e compra online, o prenota online e ritira in sede*)
- C. Tempistiche di acquisto: concentrazione della spesa solo durante promozioni o eventi specifici (*es. festività, periodi di maggiore presenza di visitatori, eventi locali, periodo dei saldi, BlackFriday, ecc..*)
- D. Aspettative Relazionali: richiesta di maggiore consulenza, personalizzazione o assistenza dedicata
- E. Valori e Significati: maggiore attenzione alla sostenibilità, all'etica o all'origine locale (*es. filiera toscana*)
- F. Non so

TOTALE RISPONDENTI 100%

22. Rispetto al passato, come si manifesta oggi concretamente la sensibilità del cliente al prezzo e alla qualità?

- A. Confronto immediato del prezzo con la concorrenza online/fisica durante l'acquisto
- B. Aumenta l’attenzione a sconti, promozioni e offerte speciali
- C. I clienti rinunciano più facilmente all’acquisto se il prezzo supera il budget previsto
- D. Si osserva una maggiore tendenza a ridurre quantità, durata o livello del servizio per contenere la spesa

- E. I clienti valutano con maggiore attenzione il rapporto tra prezzo e qualità del servizio/prodotto
- F. Cresce la disponibilità a spendere di più per prodotti o servizi percepiti come di qualità superiore
- G. Meno acquisti d'impulso, ma più ponderati e focalizzati su pochi prodotti di alto valore
- H. Non si osservano cambiamenti rilevanti
- I. Non so

TOTALE RISPONDENTI 100%

23. Quale "identikit" descrive meglio l'andamento della sua clientela negli ultimi anni?

- Spesa media più contenuta e acquisti più rari; estrema attenzione al risparmio
- Frequenza d'acquisto stabile, ma scontrino medio sensibilmente calato
- Spesa media elevata ma concentrata su pochissime occasioni speciali; cerca l'eccellenza
- Coesistenza netta di due gruppi: chi cerca solo il prezzo basso e chi non ha limiti di budget
- Comportamenti molto variabili, condizionati fortemente da eventi esterni o stagionalità turistica

TOTALE RISPONDENTI 100%

24. Rispetto al passato, secondo la sua esperienza, verso quali tipologie di prodotti, servizi o esperienze si sta orientando prevalentemente la domanda dei suoi clienti? (Più di una risposta)

- A. Prodotti, servizi o prestazioni percepiti dai clienti come necessari o difficilmente rinunciabili
- B. Offerte semplificate, senza servizi accessori, per contenere il costo finale
- C. Offerte a pacchetto o personalizzabili in base al budget disponibile
- D. Richiesta di prestazioni sicure e costanti nel tempo o di prodotti durevoli, privilegiando la sostanza e la reputazione rispetto alla novità
- E. Richiesta di valore aggiunto non materiale (es. accoglienza, storia del prodotto, atmosfera)
- F. Non emerge un orientamento prevalente

TOTALE RISPONDENTI 100%

25. Secondo la sua esperienza diretta, quali sono i principali fattori che stanno influenzando il cambiamento nei comportamenti di acquisto, prenotazione o fruizione dei clienti della sua attività?

- A. Inflazione e aumento dei costi fissi (bollette, affitto, mutuo)
- B. Clima di incertezza economica e timore per il futuro, che porta a rimandare decisioni di spesa importanti
- C. Riorientamento delle priorità di spesa (abitazione, energia, salute, istruzione)
- D. Abitudine consolidata al confronto costante e immediato online, che rende i clienti più informati ed esigenti
- E. Diffusione di nuovi stili di consumo più attenti a sostenibilità e valore nel tempo
- F.
- G. Evoluzione della domanda turistica (tipologia di visitatori, durata dei soggiorni, capacità e modalità di spesa)
- H. Cambiamenti demografici e sociali (invecchiamento, composizione dei nuclei familiari, mobilità, stili di vita)
- I. Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

26. Nella sua esperienza, rispetto al passato, quali differenze nelle abitudini e tendenze di consumo osserva nei comportamenti dei turisti rispetto ai clienti residenti?

- A. Il turista cerca l'autenticità toscana; il residente cerca la funzionalità o la novità
- B. Il residente è più attento a promozioni e sconti; il turista è più disposto a spendere per l'esperienza
- C. Il turista arriva quasi esclusivamente tramite piattaforme online; il residente per abitudine o prossimità
- D. Il turista ha aspettative più alte sulla velocità e sulla flessibilità degli orari
- E. Non si rilevano differenze sostanziali tra turisti e residenti
- F. Non so

TOTALE RISPONDENTI 100%

27. In risposta ai cambiamenti nei comportamenti di acquisto, di prenotazione o di fruizione dei clienti, in quali ambiti la sua impresa ha modificato o adattato il proprio modo di operare?

- A. Abbiamo rivisto prezzi e introdotto offerte più flessibili o dinamiche
- B. Abbiamo inserito nuovi prodotti/servizi più in linea con i nuovi gusti
- C. Abbiamo rafforzato i canali social, il sito web o i sistemi di prenotazione/vendita online
- D. Ci siamo focalizzati su accoglienza, fidelizzazione e servizi post-vendita
- E. Abbiamo ottimizzato i costi interni per evitare di aumentare troppo i prezzi finali
- F. Non sono stati necessari adattamenti rilevanti

G. L'impresa incontra difficoltà nell'adattarsi ai cambiamenti
in atto

TOTALE RISPONDENTI 100%