

Analisi dei comportamenti d'acquisto dei consumatori della città metropolitana di Roma

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 2025.

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



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

Il Messaggero, da pag. 31-35

La Repubblica, da pag. 9

RomaToday, [In auto e all'interno del proprio quartiere: ecco come fanno la spesa i romani](#)

Corriere della Sera, da pag. 1-5

6 Data di pubblicazione del sondaggio

24 dicembre 2025

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Obiettivo principale della ricerca è esaminare i comportamenti dei consumatori della provincia di Roma in relazione ai prossimi saldi invernali 2026. Lo studio intende fornire un'analisi dettagliata delle tendenze di acquisto, il budget di spesa che sarà destinata agli acquisti degli articoli in saldo, le preferenze dei consumatori durante questo periodo, gli articoli più acquistati, ricorso al commercio elettronico.

8 Popolazione di riferimento

Consumatori della città di Roma e provincia di età superiore ai 18 anni.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Città e provincia di Roma

10 Metodo di campionamento⁴

Campione statisticamente rappresentativo dell'Universo di riferimento.

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..

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

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

Consumatori della città di Roma e provincia di età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: Genere (uomo, donna); Classi di età (18-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni).

12 Metodo di raccolta delle informazioni

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

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Consumatori - numerosità campionaria complessiva: 1000 casi (=1000 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,1\%$).

14 Testo integrale delle domande⁵

1. In che misura sta attendendo i prossimi saldi invernali (gennaio 2026) 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
- Solo prodotti di marca

TOTALE RISPONDENTI: 42%

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. 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: 34,3%

6. Dove si recherà ad acquistare durante i prossimi saldi invernali?

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

TOTALE RISPONDENTI: 65,7%

7. 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: 60,8%

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

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI: 65,7%

9. 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: 27,3%

10. 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: 65,7%

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

- meno di 100 euro
- da 100 a 200 euro
- da 200 a 300 euro
- da 300 a 400 euro
- da 300 a 500 euro
- oltre 500 euro

TOTALE RISPONDENTI: 65,7%

12. La cifra che intende spendere ai prossimi saldi invernali sarà...?

- Superiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2025
- Uguale alla cifra spesa ai saldi invernali 2025
- Inferiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2025

TOTALE RISPONDENTI: 65,7%

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 principî etici, anche se ciò implica rinunciare a sconti elevati)

TOTALE RISPONDENTI: 65,7%

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: 65,7%