

documento informativo completo

(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)

titolo del sondaggio

Indagine sui saldi "Gennaio 2016".

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl

soggetto committente

Confcommercio Imprese per l'Italia

soggetto acquirente

Confcommercio Imprese per l'Italia

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 26 novembre al 1 dicembre 2015

mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

<http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2016-01-01/confcommercio-spesa-ogni-famiglia-i-saldi-salira-346-euro-104348.shtml?uuid=ACIzcd2B>

http://www.tgcom24.mediaset.it/economia/saldi-confcommercio-ogni-famiglia-spendera-i-media-346-euro_2151849-201602a.shtml

data di pubblicazione o diffusione

format s.r.l. – sede legale e operativa - via ugo balzani 77
00162 roma, italia - rea 747042/rm
format nord est – unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96

cf / p.iva / reg.imp.roma: 04268451004
cap. soc. € 10.340,00 i.v.

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



temi / fenomeni oggetti del soggetto

Indagine di opinione sui consumi degli italiani in occasione dei saldi invernali del Gennaio 2016.

popolazione di riferimento

L'indagine è stata basata su un campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni e su un campione rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio.

comuni di rilevazione (elenco)

| | | | | |
|---------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| ACQUAVIVA PICENA | CASTELNUOVO DI | GONARS | NOLA | SAN GIOVANNI TEATINO |
| ACRI | GARFAGNANA | GORIZIA | NOVENTA VICENTINA | SAN GIUSEPPE |
| AFRAGOLA | CASTELVETRANO | GRICIGNANO DI AVERSA | OLBIA | VESUVIANO |
| ALBA | CASTIGLION FIORENTINO | GROTTAFERRATA | ORIA | SAN MARCELLO |
| ALBANO LAZIALE | CASTIGLIONE DEL LAGO | GUALDO CATTANEO | PALERMO | SAN MARCO ARGENTANO |
| ALBENGA | CASTIGLIONE DELLA | GUSPINI | PALMA DI MONTECHIARO | SAN MARZANO SUL |
| ALESSANDRIA | PESCAIA | JESOLO | PALMI | SARNO |
| ALTOPASCIO | CASTROLIBERO | LA SPEZIA | PARMA | SAN MINIATO |
| AMELIA | CATANZARO | LADISPOLI | PAVIA | SAN REMO |
| ANACAPRI | CELLE LIGURE | LANA | PEREGO | SAN SEVERINO MARCHE |
| ANCONA | CERIGNOLA | LANCIANO | PERUGIA | SAN SEVERO |
| ANGHIARI | CERVETERI | L'AQUILA | PESCARA | SAN VITO DEI NORMANNI |
| AOSTA | CERVIA | LATINA | PIAZZA ARMERINA | SANTA MARIA LA CARITA' |
| ARCO | CESANO MADERNO | LECCE | PIEDIMONTE MATESE | SANTA MARIA |
| AREZZO | CESARO' | LEGNAGO | PIGNOLA | MAGGIORE |
| ARZIGNANO | CESENATICO | LIVIGNO | PIOMBINO | SANTA TERESA GALLURA |
| ASCEA | CHIANCIANO TERME | LOANO | PISTICCI | SANT'ANGELO |
| ASSISI | CHIETI | LUCCA | PISTOIA | LODIGIANO |
| ASTI | CITTADELLA | MACERATA | POLICORO | SANT'ANTONIO ABATE |
| AUGUSTA | CLUSONE | MANDURIA | PONTE BUGGIANESE | SARACENA |
| AVELLINO | CODIGORO | MANIAGO | PONTE NELLE ALPI | SARONNO |
| AVIANO | COLLEFERRO | MANTOVA | PORTO TORRES | SASSOFELTRIO |
| AVOLA | COLLESALVETTI | MARANO DI NAPOLI | PORTOVENERE | SASSUOLO |
| BACOLI | COMO | MARCIANISE | POTENZA | SCAFATI |
| BAGNARA DI ROMAGNA | CONEGLIANO | MARIGLIANO | PRATO | SEDILO |
| BARCELLONA POZZO DI | CORATO | MARTINA FRANCA | PREDAPPIO | SELARGIUS |
| GOTTO | CORNUDA | MASSAROSA | QUARTU SANT'ELENA | SESTO SAN GIOVANNI |
| BARI | COSENZA | MATERA | RAVENNA | SESTRI LEVANTE |
| BATTIPAGLIA | CREMA | MAZZARINO | REGGIO NELL'EMILIA | SIENA |
| BELLUNO | CRESPINA | MELDOLA | REZZATO | SOGLIANO CAVOUR |
| BIBBIANO | CUVIO | MENTANA | RHO | SONDRIO |
| BOJANO | DARFO BOARIO TERME | MILANO | RICCIONE | TARANTO |
| BOLOGNA | FAENZA | MILAZZO | RIETI | TARQUINIA |
| BOLZANO | FELTRE | MODENA | RIMINI | TERMINI IMERESE |

| | | | | |
|----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|----------------|
| BORGIO VAL DI TARO | FERMO | MOLFETTA | RIVAROLO MANTOVANO | TERNI |
| BORGONOVO VAL | FIERA DI PRIMIERO | MONDOLFO | ROCCASTRADA | TESERO |
| TIDONE | FIRENZE | MONDOVI' | ROMA | TIVOLI |
| BRINDISI | FOGGIA | MONFORTE D'ALBA | RONCADE | TORINO |
| BRISIGHELLA | FONNI | MONOPOLI | RONCHIS | TRAPANI |
| CAGLIARI | FORLI' | MONREALE | RONCIGLIONE | TRECATE |
| CALALZO DI CADORE | FORMIGINE | MONSELICE | ROVIGO | TRENTO |
| CALTAGIRONE | FRANCAVILLA AL MARE | MONSERRATO | RUTIGLIANO | TREVISO |
| CAMPOBASSO | FRANCAVILLA FONTANA | MONTE SAN GIUSTO | SACILE | TRIESTE |
| CAPISTRELLO | FRASSINELLE POLESINE | MONTECATINI TERME | SAINT VINCENT | TRINO |
| CARMIGNANO DI BRENTA | FUSIGNANO | MONTECCHIO MAGGIORE | SALEMI | TUSCANIA |
| CARVICO | GAETA | MONTEMURLO | SALERNO | VENAFRO |
| CASALE MONFERRATO | GALLIPOLI | MUGNANO DI NAPOLI | SALSOMAGGIORE TERME | VENEZIA |
| CASALNUOVO DI NAPOLI | GELA | MURLO | SAN DAMIANO D'ASTI | VENTIMIGLIA |
| CASTEL DEL PIANO | GENOVA | NAPOLI | SAN GIOVANNI IN | VERBANIA |
| CASTEL MELLA | GIOIA DEL COLLE | NICOSIA | MARIGNANO | VIADANA |
| CASTELLAMMARE DI | GIUGLIANO IN CAMPANIA | | SAN GIOVANNI | VICENZA |
| STABIA | GIULIANOVA | | LUPATOTO | VILLA LAGARINA |
| CASTELNOVO NE' MONTI | | | | |

metodo di campionamento

Campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni per area geografica, sesso e classe di età. Campione rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio per dimensione e area geografica.

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=750 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: sesso (maschi, femmine), classe di età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, oltre 64 anni), area geografica (Nord ovest, Nord est, Centro, Sud e isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,7\%$). Fonte delle anagrafiche della popolazione: Elenchi telefonici nazionali.

Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=384 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti), area geografica (Nord ovest, Nord est, Centro, Sud e isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 5,1\%$). Fonte delle anagrafiche della popolazione: Camere di Commercio.

metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il sistema Cati (Computer assisted telephone interview) e Cawi (Computer assisted web interview).

consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate

| Indagine Consumatori | cifra | percentuale |
|--------------------------|------------|--------------|
| non reperibili | 733 | 44,4% |
| Rifiuti | 168 | 10,2% |
| Sostituzioni | 901 | 54,6% |
| totale interviste | 750 | 45,4% |

| Indagine Imprese | cifra | percentuale |
|--------------------------|------------|--------------|
| non reperibili | 575 | 56,1% |
| Rifiuti | 67 | 6,5% |
| Sostituzioni | 642 | 62,6% |
| totale interviste | 384 | 37,4% |

testo integrale di tutte le domande

Questionario Consumatori

1. Quanto è importante per Lei il periodo dei saldi? Ovvero, generalmente quanto è propenso ad attendere i saldi per acquistare un articolo al quale stava pensando da tempo? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

Totale rispondenti: 100,0%

2. (Solo per coloro che hanno risposto "molto" o "abbastanza") Attende per ...? (Una risposta)

- ...acquistare qualsiasi tipo di prodotto 1
- ...acquistare solo prodotti griffati o comunque di marca 2

Totale rispondenti: 42,6%

3. Ha intenzione di approfittare dei prossimi saldi nel gennaio 2016? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

3a. (Solo per coloro che hanno risposto "Sì") Pensa di fare acquisti in saldo (Una risposta)

- Presso negozi abituali/di fiducia 1
- Presso altri negozi 2

Totale rispondenti: 55,0%

4. (Solo per coloro che hanno risposto "Sì") Quali sono i prodotti ai quali è interessato? (Una risposta per ciascun item del tipo 0=No, 1=Sì)

- | | |
|---|----|
| 1. capi di abbigliamento (cappotti, maglioni, pantaloni, giacche, ecc.) | __ |
| 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. altro | __ |

Totale rispondenti: 55,0%

5. (Solo per coloro che hanno risposto "Sì") Sia pure orientativamente, qual è la cifra che intende stanziare/ha stanziato per effettuare gli acquisti in saldo? (Una risposta)

- meno di 100 euro 1
- da 100 a 200 euro 2
- da 200 a 300 euro 3
- da 300 a 400 euro 4
- da 400 a 500 euro 5
- oltre 500 euro 6

Totale rispondenti: 55,0%

6. Ha acquistato a saldo in passato? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

6a. Fatto 100 il volume degli acquisti di abbigliamento che effettua in un anno (comprese anche le calzature, gli accessori, le borse, ecc.), qual è la percentuale di merce che compra a saldo?

- meno del 10% 1
- dal 10% al 30% 2
- dal 30% al 50% 3
- oltre il 50% 4

Totale rispondenti: 84,5%

7. (Solo per coloro che hanno risposto "Sì") Come giudica la qualità dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona 1
- Abbastanza buona 2
- Scadente 3
- Del tutto scadente 4

Totale rispondenti: 84,5%

7a. Negli acquisti in saldo attribuisce maggiore importanza...? (Una risposta)

- Alla qualità 1
- Al prezzo 2

Totale rispondenti: 55,0%

8. (Solo per coloro che hanno risposto "Sì") Come giudica la varietà dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona 1
- Abbastanza buona 2
- Inconsistente 3
- Del tutto inconsistente 4

Totale rispondenti: 84,5%

9. Quanto si sente tutelato come consumatore quando fa un acquisto in saldo? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

Totale rispondenti: 100,0%

10. È favorevole alla liberalizzazione dei saldi, ovvero alla possibilità che i negozi possano esporre la merce in saldo in qualsiasi periodo dell'anno ed in modo non coordinato tra di loro?

- Sì 1
- No 2
- Non so 3

Totale rispondenti: 100,0%

11. Con quale frequenza acquista (per lei o per i suoi famigliari) prodotti di moda (capi di abbigliamento come cappotti, maglioni, pantaloni, giacche, ecc.; calzature; biancheria intima; accessori come guanti, cinture, sciarpe, cappelli, ecc.; pelletteria e articoli di valigeria come valigie, borse, *beauty case*, ecc.; articoli sportivi; biancheria per la casa) su internet, magari tramite siti come *Vente-privee*, *Yoox*, *Zalando*, *E-bay*, *Groupalia*, *Groupon*, *Bon prix*, ecc? (Una risposta)

- Mai, non acquisto su internet 1
- Raramente, almeno una volta in passato 2
- Qualche volta, do uno sguardo a questi siti ma in genere preferisco i negozi normali 3
- Spesso, se posso acquisto su questi siti e più raramente presso i negozi tradizionali 4
- Molto spesso, acquisto quasi esclusivamente su questi siti 5

Totale rispondenti: 100,0%

11a. (Solo a coloro che hanno risposto "Spesso" o "Molto spesso") Ritiene che acquistare presso i siti dei quali abbiamo parlato sia più conveniente piuttosto che non l'acquisto a saldo presso i punti vendita tradizionali? (Una risposta)

- Sì, sempre e in ogni caso 1
- Sì, ma solo per alcuni generi di prodotti 2
- No, i saldi tradizionali sono più convenienti 3

Totale rispondenti: 28,4%

12. Sesso (Una risposta)

- Maschi 1
- Femmine 2

Totale rispondenti: 100,0%

13. Età (Una risposta)

- 18/24 anni 1
- 25/34 anni 2
- 35/44 anni 3
- 45/54 anni 4
- 55/64 anni 5
- oltre 64 anni 6

Totale rispondenti: 100,0%

14. Titolo di studio (Una risposta)

- Nessuno/elementari 1
- Medie inferiori 2
- Medie superiori 3
- Laurea/Post laurea 4

Totale rispondenti: 100,0%

15. Stato civile (Una risposta)

- Coniugato o famiglia di fatto 1
- Non coniugato (vive con la famiglia di origine) 2
- Non coniugato (vive da solo) 3

Totale rispondenti: 100,0%

16. (Solo per i coniugati e per i non coniugati che vivono con la famiglia di origine) Numero componenti del nucleo familiare. (Numero)

|__|__|

Totale rispondenti: 83,1%

17. (Solo per i coniugati e per i non coniugati che vivono con la famiglia di origine) Numero di percettori di reddito del nucleo familiare. (Numero)

|__|__|

Totale rispondenti: 83,1%

18. Occupazione (Una risposta)

- Occupato 1
- Casalinghe 2
- Pensionati 3
- Studenti 4
- Altri 5
- Disoccupati 6

Totale rispondenti: 100,0%

19. (Solo per gli occupati) Posizione nella professione/attività svolta (Una risposta)

- Liberi professionisti, imprenditori, possidenti, dirigenti 1
- Impiegati 2
- Commercianti, artigiani, liberi professionisti senza studio 3
- Agricoltori 4
- Operai, salariati agricoli 5

Totale rispondenti: 49,6%

20. Area geografica (Una risposta)

- Italia nord ovest 1
- Italia nord est 2
- Italia centro 3
- Italia sud/isole 4

Totale rispondenti: 100,0%

Questionario Imprese

1. Alla Conferenza delle Regioni, FederModaItalia-Confcommercio ha avanzato la proposta di posticipare la data di avvio dei saldi alla fine del mese di gennaio a partire dal 2017 (e quindi più a fine stagione), Lei sarebbe d'accordo con una ipotesi del genere? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

2. Si è parlato spesso sulla stampa di liberalizzazione dei saldi, Lei sarebbe d'accordo con una ipotesi del genere? (Una risposta)

- Sì 1

- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

3. Secondo le Associazioni dei consumatori le promozioni libere anche prima dei saldi porterebbero ad un aumento dei consumi, ossia a maggiore vendite. Lei sarebbe d'accordo con l'ipotesi di liberalizzare le vendite promozionali anche prima dei saldi? (Una risposta) (Una risposta)

- Sicuramente Si 1
- Probabilmente Si 2
- Probabilmente No 3
- Sicuramente No 4

Totale rispondenti: 100,0%

4. Secondo lei le promozioni libere anche prima dei saldi danneggerebbero le vendite del mese di dicembre? (Una risposta)

- Sicuramente Si 1
- Probabilmente Si 2
- Probabilmente No 3
- Sicuramente No 4

Totale rispondenti: 100,0%

5. Qual è la media di sconto (in percentuale) che proporrà negli articoli a saldo? (Una risposta spontanea)

- Meno del 20% 1
- dal 20% al 30% 2
- dal 30% al 40% 3
- dal 40% al 50% 4
- oltre il 50% 5

Totale rispondenti: 100,0%

6. Come giudica la qualità dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona 1
- Abbastanza buona 2
- Scadente 3
- Del tutto scadente 4

Totale rispondenti: 100,0%

6a. Lei prevede che per la prossima stagione dei saldi il Suo negozio sarà visitato ...? (Una risposta)

- In misura maggiore 1
- In eguale misura 2
- In misura inferiore 3

Totale rispondenti: 100,0%

6b. Durante il periodo dei saldi invernali il Suo negozio è visitato da nuovi clienti? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

6c. Lei si aspetta che i saldi invernali (gennaio 2016) incideranno sulle Sue vendite annuali complessive... (Una risposta)

- Meno del 10% 1
- 10% - 20% 2
- 20% - 30% 3
- Oltre il 30% 4

Totale rispondenti: 100,0%

7. Settore di attività prevalente (Una risposta)

- capi di abbigliamento / Accessori 1
- calzature 2
- biancheria intima 3
- pelletteria e articoli di valigeria (valigie, borse beauty case, ecc.) 4
- articoli sportivi 5
- biancheria per la casa 6
- altro 7

Totale rispondenti: 100,0%

8. Classe di addetti (Una risposta)

- 1 addetto 1
- 2-5 addetti 2
- 6-9 addetti 3
- 10-19 addetti 4

- 20-49 addetti 5
- 50-249 addetti 6
- 250 addetti ed oltre 7

Totale rispondenti: 100,0%

9. Area geografica (Una risposta)

- Italia nord ovest 1
- Italia nord est 2
- Italia centro 3
- Italia sud/isole 4

Totale rispondenti: 100,0%