

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)

soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Srl

soggetto committente: Confcommercio

soggetto acquirente: Confcommercio

data¹: dal 2 al 12 dicembre 2013

mezzo di comunicazione²: Adnkronos, Libero, Corriere della Sera, Agi

data³: 3 gennaio 2014

temi / fenomeni oggetto del soggetto: Consumi

popolazione di riferimento:

CONSUMATORI: popolazione italiana in età superiore ai 18 anni;

IMPRENDITORI DEL COMMERCIO: imprese del commercio al dettaglio.

estensione territoriale del sondaggio:

¹ Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio.

² Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

³ Data di pubblicazione o diffusione del sondaggio.

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



ANCONA	CERIANO LAGHETTO	CHIUSA DI SAN MICHELE
ANDRIA	CERIGNOLA	CHIUSANO DI SAN DOMENICO
AOSTA	CERNOBBIO	CHIUSSAVECCHIA
ASTI	CESANO BOSCONI	CHIUSSANO
AVELLINO	CESANO MADERNO	CHIUSI
AVEZZANO	CESATE	CHIUSI DELLA VERRA
AVIGLIANO UMBRO	CESENA	CHIVASSO
AVOLA	CESENATICO	CIAMPINO
BARI	CETO	CICOGNOLO
BARI SARDO	CETONA	CIGLIANO
BARIANO	CETRARO	CIMADOLMO
BOLOGNA	CEVA	CIMOLAIS
BOLZANO	CHALLAND-ST-ANSELME	CINGOLI
CALTANISSETTA	CHALLAND-ST-VICTOR	CINISELLO BALSAMO
CALTAVUTURO	CHAMBAVE	CINISI
CALTIGNAGA	CHAMOIS	CIRCELLO
CALUSCO D'ADDA	CHAMPORCHER	CIRIE'
CALUSO	CHARVENSOD	CIRIMIDO
CALVELLO	CHATILLON	CIRO' MARINA
CATANIA	CHERASCO	CISANO BERGAMASCO
CATANZARO	CHIARAMONTE GULFI	CISANO SUL NEVA
CAVASO DEL TOMBA	CHIARAVALLE	CISERANO
CAVASSO NUOVO	CHIARI	CISLAGO
CAVERNAGO	CHIAUCI	CISLIANO
CECCANO	CHIAVARI	CISTERNA DI LATINA
CECINA	CHIAVERANO	CISTERNINO
CEDEGOLO	CHIENES	CITERNA
CEFALU'	CHIERI	CITTA' DELLA PIEVE
CEGLIE MESSAPICA	CHIESINA UZZANESE	CITTA' S. ANGELO
CELANO	CHIETI	CITTADELLA
CELENZA VALFORTORE	CHIEVE	CITTADUCALE
CELLAMARE	CHIGNOLO D'ISOLA	CITTANOVA
CELLARA	CHIGNOLO PO	CIVEZZANO
CELLATICA	CHIOGGIA	CIVIDATE AL PIANO
CELLE LIGURE	CHIONS	CIVITA CASTELLANA
CELLENO	CHIUDUNO	CIVITANOVA DEL SANNIO
CERAMI	CHIUSA	CIVITANOVA MARCHE
CERANESI	CHIUSA DI PESIO	CIVITAVANNA

CIVITAVECCHIA	COPPARO	CRECCHIO - CH
CIVITELLA CASANOVA	CORANA	CREDARO
CIVITELLA DEL TRONTO	CORATO	CREDERA RUBBIANO
CIVITELLA DI ROMAGNA	CORBETTA	CREMA
CIVITELLA IN VAL DI CHIANA	CORCIANO	CREMONA
CIVITELLA PAGANICO	CORDENONS	CREMOSANO
CIVITELLA SAN PAOLO	CORDENONS	CRESCENTINO
CLAUT	CORNEDO ALL'ISARCO	CRESPIATICA
CLES	CORNEDO VICENTINO	CREVACUORE
CLETO	CORNEGLIANO LAUDENSE	CREVOLADOSSOLA
COCCAGLIO	CORNO GIOVINE	CRISPIANO
COCCONATO	CORREGGIO	CROCETTA DEL MONTELLO
CODEVIGO	CORREZZOLA	CROGNALETO
CODIGORO	CORRIDONIA	CROSIA
CODOGNO	CORROPOLI	CROTONE
CODROIPO	CORSANO	CURTI
COGLIATE	CORSICO	CUSAGO
COGNE	CORTAZZONE	CUSANO MILANINO
COGOLETO	CORTE DE'FRATI	DERUTA
COLAZZA	CORTE FRANCA	DESENZANO DEL GARDA
COLOSIMI	CORTEMILIA	DESIO
COLZATE	CORTENO GOLGI	DIAMANTE
COMACCHIO	CORTENUOVA	DIANO CASTELLO
COMAZZO	CORTINA D'AMPEZZO	DIANO D'ALBA
COMO	CORTONA	DIANO MARINA
COMUN NUOVO	COSENZA	DIMARO
COMUNANZA	COSSATO	DIPIGNANO
CONCA DEI MARINI	COSSOGNO	DISO
CONCESIO	COSTA DI MEZZATE	DOBBIACO
CONCORDIA SULLA SECCHIA	COSTA VALLE IMAGNA	DOBERDO' DEL LAGO
CONCOREZZO	COSTA VESCOVATO	DOLCEACQUA
CONDINO	COSTA VOLPINO	DOLCEDO
CONEGLIANO	COSTARAINERA	DOLIANOVA
CONTRADA	COTIGNOLA	DOLO
CONTROGUERRA	COURMAYEUR	DOMODOSSOLA
CONVERSANO	COVO	DOMUS DE MARIA
CONZA DELLA CAMPANIA	CRAVANZANA	DONNAS
COPERTINO	CREAZZO	DORGALI

DORMELLETO	FOIANO DELLA CHIANA	GERENZANO
DORNO	FOLGARIA	GESSATE
DOVERA	FOLIGNANO	GESUALDO
DRESANO	FOLIGNO	GHEDI
DRO	FOLLO	GHEZZANO
DRONERO	FOLLONICA	GHILARZA
DRUENTO	FOMBIO	GHISALBA
DUE CARRARE	FONDI	GIANICO
DUEVILLE	FONNI	GIARDINELLO
DUINO-AURISINA	FONTANAFREDDA	GIARDINI
EBOLI	FONTANAROSA	GIARRE
EDOLO	FONTANELICE	GIAVENO
EGNA	FONTANELLA	GIBELLINA
ELICE	FONTANETO D'AGOGNA	GIFFLENGA
ELMAS	FONTE NUOVA	GIFFONI VALLE PIANA
EMARESE	FONTECHIARI	GINOSA
EMPOLI	FORLI'	GIOIA DEL COLLE
FERMO	FORLIMPOPOLI	GIOIA SANNITICA
FERRANDINA	FORMELLO	GIOIA TAURO
FERRARA	FORMIA	GIOIOSA IONICA
FERRAZZANO	FORMIGARA	GIOIOSA MAREA
FIANO	FORMIGINE	GIOVE
FIDENZA	FORNELLI	GIOVINAZZO
FIE' ALLO SCILIAR	FORNOVO DI TARO	GIRIFALCO
FIERA DI PRIMIERO	FORNOVO SAN GIOVANNI	IMOLA
FIESCO	FORTE DEI MARMI	IMPERIA
FIESOLE	FOSSACESIA	ISCHITELLA
FIESSE	FOSSACESIA - CH	ISEO
FIGINO SERENZA	FOSSANO	ISERNIA
FIGLINE VALDARNO	FOSSO'	ISILI
FIGLINE VEGLIATURO	FOSSOMBRONE	ISOLA DEL CANTONE
FIRENZE	FRAGAGNANO	RIZZA
FLERO	FRANCAVILLA AL MARE	ISOLA VICENTINA
FLORIDIA	FRANCAVILLA DI SICILIA	ISOLADICAPORIZZUTO
FLUMERI	GENOVA	ISOLE TREMITI
FLUMINIMAGGIORE	GENZANO DI LUCANIA	ITRI
FOGGIA	GENZANO DI ROMA	ITTIRI
FOGLIANISE	GERACI SICULO	IVREA

IZANO	LONGOBARDI	NARNI
JESI	LONGONE AL SEGRINO	NARO
JOVENCAN	LORANZE'	NASO
LACCHIARELLA	LORETO	NATURNO
LADISPOLI	LORETO APRUTINO	NAVE
LAGLIO	LORO CIUFFENNA	NAXOS
LAGNASCO	LOVERE	NAZ SCIAVES
LAGONEGRO	LUCCA	NEBBIUNO
LAGUNDO	LUMEZZANE	NEGRAR
LAINATE	LUOGOSANTO	NEMBRO
L'AQUILA	LURANO	NEMOLI
LARCIANO	MACERATA	NEPI
LARI	MACERATA CAMPANIA	NERETO
LARIANO	MACOMER	NETTUNO
LARINO	MAGLIANO ALFIERI	NEVIANO
LARINO	MAGLIANO ALPI	NIARDO
LASA	MAGNAGO	NIBIONNO
LASTRA A SIGNA	MAGNANO IN RIVIERA	NICHELINO
LATERINA	MAIDA	NICOLOSI
LATIANO	MAIERATO	NICOSIA
LATINA	MAIOLATI SPONTINI	NIELLA TANARO
LATRONICO	MAIORI	NISCEMI
LAUREANA CILENTO	MAIORI	NIZZA MONFERRATO
LECCE	MAJANO	NOCCIANO
LECCO	MALALBERGO	NOCERA INFERIORE
LEFFE	MALEO	NOCERA SUPERIORE
LEGNANO	MALLES VENOSTA	NOCERA UMBRA
LEINI'	MALONNO	NOCETO
LEIVI	MALTIGNANO	NOCI
LENO	MALVITO	NOICATTARO
LENTATE SUL SEVESO	MANCIANO	NOLA
LENTINI	MATERA	NOLI
LIVORNO	MILANO	NONE
LODI	MODENA	NOTARESCO
LOMBRIASCO	MONZA	NOTO
LONATO	NAPOLI	NOVA LEVANTE
LONDA	NARBOLIA	NOVA MILANESE
LONGIANO	NARDO'	NOVA PONENTE

NOVA SIRI	PIOBESI D'ALBA	POMIGLIANO D'ARCO
NOVAFELTRIA	PIOBESI TORINESE	POMPEI
NOVALEDO	PIODE	POMPONESCO
NOVARA	PIOLTELLO	PONCARALE
NOVATE MILANESE	PIOMBINO	PONDERANO
NOVEDRATE	PIOMBINO DESE	PIAVE
LIGURE	PIOSSASCO	PONTE NOSSA
NOVI VELIA	PIOVE DI SACCO	PORCIA
NOVIGLIO	PIRAINO	PORDENONE
NULVI	PISA	RAGUSA
NUMANA	PISOGNE	REGGIO EMILIA
NUORO	PISTICCI	RIETI
NUS	PISTOIA	RIMINI
NUSCO	PITIGLIANO	ROMA
NUVOLENTO	PIUBEGA	SALERNO
NUVOLERA	PIVERONE	SALO'
OCCHIEPPO SUPERIORE	PIZZIGHETTONE	SASSARI
OCCHIOBELLO	PIZZO	SAVONA
OCCIMIANO	PIZZOLI	SIRACUSA
ODERZO	POGLIANO MILANESE	SULMONA
ODOLO	POGNANO	TARANTO
OFFAGNA	POIRINO	TERAMO
OFFANENGO	POLCENIGO	TERNI
OFFIDA	POLICORO	TERRACINA
OFFLAGA	POLIGNANO A MARE	TIVOLI
OGGEBBIO	POLISTENA	TRENTO
OGGIONO	POLIZZI GENEROSA	TREVISO
OLBIA	POLLA	TRIESTE
OTRANTO	POLLEIN	UDINE
PADOVA	POLLENA TROCCHIA	URBINO
PADULA	POLLENZA	VARESE
PALERMO	POLLONE	VERBANIA
PARMA	POLVERIGI	VERCELLI
PESCARA	POMARANCE	VERONA
PINETO	POMBIA	VIAREGGIO
PINZANO AL TAGLIAMENTO	POMBIA	VITERBO
PINZOLO	POMEZIA	

metodo di campionamento:

CONSUMATORI: campione probabilistico dell'universo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni;

IMPRENDITORI DEL COMMERCIO: campione probabilistico delle imprese del commercio al dettaglio

rappresentatività del campione⁴:

CONSUMATORI: campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, oltre 64), area (nord ovest, nord est, centro, sud e isole);

IMPRENDITORI DEL COMMERCIO: campione rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio. Domini di studio del campione: area (nord ovest, nord est, centro, sud e isole).

metodo di raccolta delle informazioni: interviste telefoniche somministrate con il sistema cati (computer assisted telephone interview)

consistenza numerica del campione⁵

CONSUMATORI

	Cifra	percentuale
non reperibili	304	18,4%
rifiuti	594	36,0%
sostituzioni	898	54,5%
totale interviste	750	45,5%

IMPRENDITORI DEL COMMERCIO

	Cifra	percentuale
non reperibili	291	33,2%
rifiuti	201	22,9%

⁴ Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

⁵ Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

sostituzioni	492	56,2%
totale interviste	384	43,8%

testo integrale di tutte le domande (questionario)

CONSUMATORI

A1. 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
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

Rispondenti: 100%

A2. (Solo per coloro che hanno risposto MOLTO o ABBASTANZA) Attende per ...?

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

Rispondenti: 45%

A3. Ha intenzione di approfittare dei prossimi saldi nel gennaio 2014? (Una risposta)

- Sì
- No

Rispondenti: 100%

A4. (Solo per coloro che hanno risposto "sì") Quali sono i prodotti ai quali è interessato? (Una risposta per ciascun item del tipo Sì=1 No=2)

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

Rispondenti: 58%

A5. (Solo per coloro che hanno risposto “sì”) Sia pure orientativamente Quale è la cifra che intende stanziare/ha stanziato per effettuare gli acquisti in saldo? (Una risposta)

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

Rispondenti: 58%

A5a. 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%
- dal 10% al 30%
- dal 30% al 50%
- oltre il 50%

Rispondenti: 100%

A6. Ha acquistato a saldo in passato? (Una risposta)

- Sì
- No

Rispondenti: 100%

A7. (Solo per coloro che hanno risposto “sì”) Come giudica la qualità dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona
- Abbastanza buona

- Scadente
- Del tutto scadente

Rispondenti: 89%

A7a. Negli acquisti in saldo attribuisce maggiore importanza?

- Alla qualità
- al prezzo

Rispondenti: 70%

A8. (Solo per coloro che hanno risposto "sì") Come giudica la varietà dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona
- Abbastanza buona
- Inconsistente
- Del tutto inconsistente

Rispondenti: 89%

A9. Quanto si sente tutelato come consumatore quando fa un acquisto in saldo? (Una risposta)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

Rispondenti: 100%

A9b. È favorevole o contrario alla liberalizzazione delle vendite promozionali, tenuto conto del contesto di mercato attuale?

- Sì
- No
- Senza opinione

Rispondenti: 100%

A9c. Con quale frequenza acquista (per lei o per i suoi famigliari) i seguenti generi di prodotti su internet, magari tramite siti come Groupalia, Groupon, Bon Prix, ecc?

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

Rispondenti: 100%

A9d. (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?

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

Rispondenti: 37%

IMPRENDITORI DEL COMMERCIO

A1. Si è parlato spesso sulla stampa di liberalizzazione totale dei saldi, Lei sarebbe d’accordo con una liberalizzazione totale dei saldi? (Una risposta)

- Sì
- No

Rispondenti: 100%

A2. Secondo lei i saldi liberi porterebbero ad un aumento dei consumi, ossia a maggiore vendite? (Una risposta)

- Sicuramente Sì
- Probabilmente Sì
- Sicuramente No

Rispondenti: 100%

A3. Secondo Lei i saldi liberi porterebbero ad una maggiore convenienza sul fronte prezzi per i consumatori? (Una risposta)

- Sicuramente Sì
- Probabilmente Sì

- Sicuramente No

Rispondenti: 100%

A4. Qual è la media di sconto (in percentuale) che proporrà negli articoli a saldo? (non leggere gli item, risposta spontanea)

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

Rispondenti: 100%

A6. Come giudica la qualità dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)

- Molto buona
- Abbastanza buona
- Scadente
- Del tutto scadente

Rispondenti: 100%

A6a. Lei prevede che per la prossima stagione dei saldi il suo negozio sarà visitato ...?

- In misura maggiore
- In eguale misura
- In misura inferiore

Rispondenti: 100%

A6b. Durante il periodo dei saldi invernali il suo negozio è visitato da nuovi clienti?

- Sì
- No

Rispondenti: 100%

A6c. Lei si aspetta che i saldi invernali (gennaio 2014) incideranno sulle sue vendite annuali complessive ?

- Meno del 10%

- 10% - 20%
- 20% - 30%
- Oltre il 30%

Rispondenti: 100%