

SALDI INVERNALI 2023. Il sentiment di consumatori ed imprese

Documento completo relativo al sondaggio¹

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

Dal 5 dicembre al 13 dicembre 2022.

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

Il Gazzetta di Parma

Il Resto del Carlino - Imola

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.

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

6 Data di pubblicazione del sondaggio

10 gennaio 2023.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Indagine ai consumatori: Indagine di opinione sui consumi degli italiani in occasione dei saldi invernali del Gennaio 2023 e la propensione ad usufruirne.

Indagine alle imprese: Indagine sull'opinione delle imprese del commercio al dettaglio non alimentare sull'andamento dei prossimi saldi invernali di gennaio 2023.

8 Popolazione di riferimento

Indagine ai consumatori: Popolazione italiana in età superiore ai 18 anni.

Indagine alle imprese: Imprese italiane del commercio al dettaglio non alimentare.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Italia.

10 Metodo di campionamento⁴

Indagine ai consumatori: Campione proporzionale, a uno stadio.

Indagine alle imprese: Campione proporzionale, a uno stadio.

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

Indagine ai consumatori: Campione rappresentativo 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, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

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

Indagine alle imprese: Campione rappresentativo delle imprese italiane del commercio al dettaglio non alimentare. Domini di studio del campione: dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Indagine ai consumatori: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*) e Cawi (*Computer assisted web interview*).

Indagine alle imprese: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Indagine ai consumatori: n. 750 casi. Anagrafiche "non reperibili": 1.102 (40,6%); "Rifiuti": 860 (31,7%); "Sostituzioni": 1.962 (72,3%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,7\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.

Indagine alle imprese: n. 384 casi. Anagrafiche "non reperibili": 780 (50,3%); "Rifiuti": 388 (25,0%); "Sostituzioni": 1.168 (75,3%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,8\%$). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

14 Testo integrale delle domande⁵

INDAGINE AI CONSUMATORI

1. In che misura sta attendendo i prossimi saldi invernali (gennaio 2023) per acquistare articoli ai quali sta pensando da tempo?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. (Solo coloro che hanno risposto "molto" o "abbastanza") Nel dettaglio, cosa intende acquistare?

- Qualsiasi tipo di prodotto
- Solo prodotti di marca

TOTALE RISPONDENTI 49,1%

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

3. Ad oggi, cosa rappresentano i saldi per lei?

- Una vera occasione di risparmio e di fare affari
- Un'abitudine di acquisto ormai superata
- Un modo per rinnovare il guardaroba
- Un'occasione per acquistare articoli che altrimenti non potrei permettermi

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. Ha intenzione di effettuare acquisti durante i prossimi saldi invernali (gennaio 2023)?

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. (Solo coloro che effettueranno acquisti) Quali sono i prodotti ai quali è interessato?

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. Altro

TOTALE RISPONDENTI 64,9%

10. (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 64,9%

11. (Solo coloro che effettueranno acquisti) La cifra che intende spendere nei prossimi saldi invernali sarà...?

- Superiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2022
- Uguale alla cifra spesa ai saldi invernali 2022
- Inferiore alla cifra spesa ai saldi invernali 2022

TOTALE RISPONDENTI 64,9%

12. Ha acquistato a saldo in passato?

- Sì

- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

14. (Solo coloro che hanno acquistato a saldo in passato) Quando acquisti articoli a saldo attribuisce maggiore importanza...? (Una risposta)

- | | |
|----------------|---|
| • Alla qualità | 1 |
| • Al prezzo | 2 |

TOTALE RISPONDENTI 94,5%

15. (Solo coloro che hanno acquistato a saldo in passato) Quanto si sente tutelato come consumatore quando acquisti articoli a saldo? (Una risposta)

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

TOTALE RISPONDENTI 94,5%

INDAGINE ALLE IMPRESE:

4. Al fine di incrementare il proprio business, la Sua impresa a quali campagne di vendita ha fatto ricorso nell'ultimo anno (2022)?

- E-mail marketing (invio di messaggi promozionali tramite e-mail)
- Campagne sms (invio di messaggi promozionali tramite sms)
- Campagne sui social network
- Attività di call center
- Locandine/manifesti/cartelloni
- Spot su emittenti tv/radio
- Pubblicità su quotidiani/riviste

TOTALE RISPONDENTI 100%

6. A suo parere quali sono oggi, tenuto conto dei problemi che il settore sta affrontando, gli interventi prioritari da attuare per sostenere in maniera più incisiva le imprese del settore?

- contributi a fondo perduto/ cedolare secca sugli affitti
- riduzione del caro energia
- limitare la concorrenza dei colossi del web (web tax)
- contrasto all'abusivismo ed alla contraffazione, anche alla contraffazione attuata on-line
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. Lei prevede che per la prossima stagione dei saldi il Suo negozio sarà visitato ...?

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

TOTALE RISPONDENTI 100%

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

- A. I clienti acquisteranno online per paura di non trovare più gli articoli a disposizione nei negozi fisici (es. taglie terminate)
- B. I clienti stanno risparmiando in attesa di tempi migliori, non attendono i saldi per acquistare
- C. Su internet ci sono campagne scontistiche che vengono lanciate prima dei saldi delle quali i consumatori approfittano per acquistare prodotti a prezzi più bassi
- D. Altro

TOTALE RISPONDENTI 28,4%

9. E' stato utile, a suo avviso, fissare una data unica in tutta Italia per l'inizio dei saldi invernali (5 gennaio 2023)?

- Sì, è stato utile fissare un'unica data al 5 gennaio 2023
- Sì, è stato utile ma avrei preferito fosse stata posticipata
- No, avrei preferito liberalizzare la data dei saldi

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. 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%

12. Lei si aspetta che i prossimi saldi invernali (gennaio 2023) incideranno sulle Sue vendite annuali complessive...

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

TOTALE RISPONDENTI 100%