

Indagine sui cittadini di Roma Capitale | Il Centro Storico nelle decisioni di acquisto dei consumatori.

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Confcommercio Imprese per l'Italia - Roma Capitale.

3 Soggetto acquirente

Confcommercio Imprese per l'Italia - Roma Capitale.

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 16 maggio al 1 giugno 2023.

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.

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

<https://www.agenzianova.com/>

<https://www.rainews.it/>

6 Data di pubblicazione del sondaggio

27 giugno 2023.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Comportamenti di acquisto ed intenzioni di acquisto dei consumatori della città di Roma. Analisi del comportamento di acquisto dei consumatori in riferimento agli acquisti effettuati (esclusi beni alimentari) nella città di Roma.

8 Popolazione di riferimento

Popolazione residente a Roma di età superiore ai 18 anni

9 Estensione territoriale del sondaggio

Roma.

10 Metodo di campionamento⁴

Campione rappresentativo dell'universo di riferimento.

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

³*Economia, 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

Campione rappresentativo della popolazione residente a Roma di 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).

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste somministrate con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)/CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva 1.000 casi. Intervallo di confidenza 0,95 (Errore +3%). Interviste CATI: Anagrafiche "non reperibili": 2.250 (72,0%); "Rifiuti": 721 (21,7%); "Sostituzioni": 2.374 (74,2%). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici della Città metropolitana di Roma.

14 Testo integrale delle domande⁵

1. Negli ultimi dodici mesi ha effettuato almeno una volta un acquisto di uno dei seguenti beni (esclusi beni alimentari e durevoli)?

- A. Abbigliamento (per tutti i giorni)
- B. Intimo
- C. Calzature
- D. Accessori (ad esempio, borse, portafogli etc.)
- E. Articoli da viaggio
- F. Abbigliamento e calzature sportive
- G. Attrezzi e accessori sportivi
- H. Cosmetici e profumi

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

I. Orecchini, pendenti, collane, bracciali, anelli, gemelli

J. Bijoux/ Bigiotteria

Strumenti elettronici

K. Smartphone

L. Computer e accessori PC

M. Giochi elettronici (console, accessori)

N. Oggetti d'arredo per la casa

O. Giocattoli e giochi per bambini

P. Piante e fiori

Q. Altro

R. Non ho effettuato acquisti negli ultimi 12 mesi

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. Con quale frequenza le capita di recarsi nel Centro Storico della città di Roma? (Una risposta)

- Spesso
- Ogni tanto
- Quasi mai
- Mai
- Sono residente nel Centro Storico

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. Ritiene che la frequenza con la quale si reca nei negozi del Centro Storico di Roma, rispetto al periodo pre-pandemico, sia...

- Aumentata
- Invariata
- Diminuita

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. Quali sono a Suo avviso i principali problemi del Centro Storico della città di Roma?

A. Non riesco a trovare parcheggio o se lo trovo è troppo oneroso

- B. Non ci sono abbastanza mezzi pubblici/mezzi pubblici non efficienti per raggiungere il Centro Storico (es. mancanza di collegamenti tra Centro Storico e periferia, scomodo arrivarci)
- C. I negozi del Centro Storico non soddisfano le mie esigenze
- D. Ci sono scarsi livelli di sicurezza
- E. Troppo traffico
- F. Degrado urbano (sporczia, scritte sui muri etc.)
- G. Scarse iniziative culturali (eventi)
- H. Scarsa illuminazione delle strade e delle attività commerciali
- I. I locali e i ristoranti del Centro Storico non soddisfano le mie esigenze
- J. Altro
- K. Nessuno di questi

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. (Solo coloro che hanno indicato almeno ad una categoria merceologica una percentuale superiore a 0 a "negozi del Centro Storico") Per quale motivo si reca nei negozi del Centro Storico di Roma per effettuare acquisti?

- A. Gli unici negozi per effettuare alcuni acquisti sono quelli del Centro Storico
- B. Solo nel Centro Storico posso trovare i brand che mi interessano
- C. Perché abito in un quartiere molto vicino al Centro Storico
- D. Maggiore varietà di marchi rispetto ai negozi del mio quartiere
- E. Rapporto qualità/prezzo dei prodotti che trovo nei negozi del Centro Storico
- F. Perché è bello godersi il Centro Storico di Roma e fare acquisti
- G. Per comodità (ad esempio, lavoro in Centro Storico faccio acquisti durante la pausa pranzo)
- H. Altro
- I. Nessun motivo in particolare

TOTALE RISPONDENTI 37,3%

12. (Solo coloro che hanno indicato una percentuale superiore a 0 a "negozi del Centro Storico") Quanto si ritiene soddisfatto complessivamente dei negozi del Centro Storico di Roma in termini di marchi, prezzi, orari di apertura etc.?

TOTALE RISPONDENTI 37,3%

13. Pensando agli acquisti più importanti in "valore economico" dell'ultimo anno, dove ha effettuato l'acquisto?

- A. Negozi su strada del Centro Storico
- B. Negozi su strada del quartiere dove abito
- C. Negozi di quartieri diversi dal quartiere dove abito su grandi vie commerciali (ad esempio, Via Cola di Rienzo, Viale Europa, etc.)
- D. Negozi nei centri commerciali (ad esempio Porta di Roma, Euroma2, Maximo, etc.)
- E. Online
- F. In un'altra città (diversa da Roma)

TOTALE RISPONDENTI 100%

14. (Compaiono solo item indicati a domanda precedente) Sempre pensando agli acquisti di "valore" dell'ultimo anno, dove ha effettuato l'acquisto più importante?

- Negozi su strada del Centro Storico
- Negozi su strada del quartiere dove abito
- Negozi di quartieri diversi dal quartiere dove abito su grandi vie commerciali (ad esempio, Via Cola di Rienzo, Viale Europa, etc.)
- Negozi nei centri commerciali (ad esempio Porta di Roma, Euroma2, Maximo, etc.)
- Online
- In un'altra città (diversa da Roma)

TOTALE RISPONDENTI 100%

17. (TUTTI) Negli ultimi dodici mesi con che frequenza ha acquistato prodotti (diversi da beni alimentari) online?

- Almeno una volta tutte le settimane (E-shopper abituale)
- Almeno una volta al mese (E-shopper abituale)
- Una o due volte all'anno (E-shopper sporadico)
- Non ho effettuato acquisti online nell'ultimo anno, ma negli anni precedenti sì (Consumatore offline)
- Non ho mai effettuato acquisti online (Consumatore offline)

TOTALE RISPONDENTI 100%

18. (Solo i consumatori offline) Per quale motivo non ha effettuato acquisti online?

- A. Preferisco verificare o provare i prodotti prima dell'acquisto
- B. Preferisco ricevere assistenza del personale nelle operazioni di acquisto
- C. Per evitare eventuali problematiche legate alle caratteristiche del prodotto dopo la consegna
- D. Troppo lunghi i tempi di consegna
- E. Preferisco il pagamento in contanti
- F. Minore sicurezza nel pagamento online
- G. Per poter effettuare cambi immediato nel caso in cui il prodotto non soddisfi le mie esigenze/non corrisponda alle caratteristiche del prodotto che pensavo di acquistare
- H. Altro
- I. Nessun motivo in particolare

TOTALE RISPONDENTI 16,1%

19. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti online) Quali sono, a Suo avviso, i vantaggi di acquistare online?

- A. Acquistando online si risparmia tempo
- B. La comodità del servizio online
- A. Prezzi inferiori rispetto al negozio tradizionale
- B. Online è possibile comparare i prezzi
- C. Online c'è una scelta di prodotti più vasta
- D. Per le descrizioni dei prodotti didascaliche ed accurate che facilitano l'acquisto dei prodotti
- E. Il posto dove vivo e/o gli orari che faccio non mi consentono di acquistare in modo tradizionale
- F. Reputo gli acquisti sicuri grazie ai commenti di feedback di altri utenti
- G. Online ho tempistiche ampie per valutare al meglio i prodotti
- H. Altro
- I. Nessun vantaggio

TOTALE RISPONDENTI 83,9%

20. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti online) Ritiene che acquistare online sia più conveniente che acquistare a saldo nei punti vendita tradizionali?

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

TOTALE RISPONDENTI 83,9%

28. Potrebbe indicarmi la zona di Roma dove risiede?

- ROMA NORD (Parioli, Trieste, Flaminio, Salario, Balduina, Monte Mario, Monte Sacro)
- ROMA EST (Rebibbia, San Basilio, Bufalotta, Prenestino, Casilino, Collatino)
- ROMA OVEST (Aurelio, Boccea, Casalotti, Trionfale)
- ROMA SUD (Tuscolana, Appio, Eur, Garbatella, Ardeatina, Laurentina, Ostiense, Montagnola, San Paolo, Testaccio, Magliana)
- Roma CENTRO STORICO
- Provincia di Roma - Litorale romano
- Provincia di Roma – Roma Nord (Tuscia)
- Provincia di Roma – Roma Est (Sabina)
- Provincia di Roma – Roma Sud (Castelli)

TOTALE RISPONDENTI 100%