

## DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

### “Indagine sui saldi – Gennaio 2011”

In ottemperanza al regolamento dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002, e 237/03/CSP, su G.U. 285 del 9 dicembre 2003.

**SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO** Format Srl - Ricerche di mercato

**COMMITTENTE – ACQUIRENTE**

Confcommercio Imprese per l’Italia

**TIPO E OGGETTO DEL SONDAGGIO**

Indagine di opinione sui consumi degli italiani in occasione delle stagioni dei saldi prevista nel mese di Gennaio 2011.

**UNIVERSO DI RIFERIMENTO**

Indagine sui Consumatori

Universo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni;

Indagine sui Commercianti

Universo degli imprenditori commercianti italiani.

**CAMPIONE**

Indagine sui Consumatori

Campione disproporzionale statisticamente rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni stratificato secondo i seguenti criteri: territorio (Italia Nord Ovest, Italia Nord Est, Italia Centro, Italia Sud / Isole), genere (maschi, femmine), classe di età (18/24 anni, 25/34 anni, 35/44 anni, 45/54 anni, 55/64 anni, oltre 64 anni).

Domini di studio del campione: Sesso, Età, Titolo di studio.

Numerosità campionaria complessiva: 1.100 unità (1.100 interviste a buon fine), 1.011 cadute (50,0%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,0$  %).



### Indagine sui Commercianti

Campione proporzionale statisticamente rappresentativo dell'universo degli imprenditori commercianti stratificato secondo i seguenti criteri: territorio (Italia Nord Ovest, Italia Nord Est, Italia Centro, Italia Sud / Isole), dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 50 addetti).

Domini di studio del campione: Territorio, Numero di vetrine.

Numerosità campionaria complessiva: 400 unità (400 interviste a buon fine), 540 cadute (57,4%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 5,0$  %).

#### **METODO DI CONTATTO**

Interviste telefoniche con sistema C.A.T.I.

#### **TECNICA DI RILEVAZIONE**

Questionario strutturato concordato con la Committente.

#### **TESTO INTEGRALE DELLE DOMANDE**

Indicate nel questionario accluso in allegato a questo documento.

#### **MEZZO DI COMUNICAZIONE DI MASSA**

Comunicato Stampa Confcommercio del 28 dicembre 2010 e Sito Confcommercio ([www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it))

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO**

Dal 16 al 19 novembre 2010.

#### **CODICE DEONTOLOGICO**

L'indagine è stata svolta secondo il codice deontologico dei ricercatori europei ESOMAR, dell'ASSIRM e nel rispetto di quanto previsto dal D.lgs sulla tutela dei dati personali n. 196/03.

## **QUESTIONARIO**

### Indagine sui consumatori

Buongiorno (Buonasera). Sono (nome ricercatore), di Format Srl - Ricerche di mercato. Stiamo effettuando un'indagine sui saldi presso i consumatori. potrebbe gentilmente rispondere ad alcune brevi domande? La ringrazio.

In conformità con quanto previsto dalla Legge sulla Privacy (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003) La informo che tutte le Sue risposte saranno trattate soltanto per finalità statistiche, le risposte saranno raccolte in forma anonima; non sarà conservato né il Suo nome né nessun altro dato di carattere personale su alcun supporto cartaceo od informatico, le risposte che Ella fornirà saranno presentate soltanto in forma aggregata; se vuole può non rispondere alle mie domande; potrà interrompere l'intervista in qualsiasi momento; l'eventuale rifiuto totale o parziale non avrà alcuna conseguenza e il rilascio dell'intervista non verrà in alcun modo ricompensato; il nome della Sua impresa è stato estratto casualmente dal Registro delle



imprese. Format ha sede in Roma, in Via Ugo Balzani, 77, il numero di telefono è 06.86.32.86.81. In caso di necessità può rivolgersi al Dott. Maurizio Pisacane.

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 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

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

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

A3. Ha intenzione di approfittare dei prossimi saldi nel gennaio 2011? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

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 |\_\_|

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 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



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

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

- Sì 1
- No 2

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

A7a. Negli acquisti in saldo attribuisce maggiore importanza ....?

- Alla qualità 1
- al prezzo 2

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

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

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



A9a. Federazione Moda Italia e Federdistribuzione hanno presentato ai Presidenti delle Regioni una proposta per una data unica di avvio dei saldi estivi ed invernali (primo sabato di luglio e 6 gennaio). Condividi questa proposta?

- Sì 1
- No 2
- Senza opinione 3

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

- Sì 1
- No 2
- Senza opinione 3

S10. Sesso

- Maschi 1
- Femmine 2

S11. Età

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

S12. Titolo di studio

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

S13. Stato civile

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

S14. (Solo per i coniugati e per i non coniugati che vivono con la famiglia di origine) Numero componenti del nucleo familiare. (Numero)

|\_\_|\_\_|



S15. (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)

|\_\_|\_\_|

S16. Occupazione

- Occupati 1
- Casalinghe 2
- Pensionati 3
- Studenti 4
- Altri 5

S17. (Solo per gli occupati) Posizione nella professione/attività svolta.

- Liberi professionisti, imprenditori, dirigenti, possidenti 1
- Impiegati 2
- Commercianti, artigiani, liberi professionisti senza studio 3
- Agricoltori 4
- Operai, salariati agricoli 5
- Disoccupati 6

S18. Area geografica

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

### Indagine sui commercianti

Buongiorno (Buonasera). Sono (nome ricercatore), di Format Srl - Ricerche di mercato. Stiamo effettuando un'indagine sui saldi presso i commercianti, potrebbe gentilmente rispondere ad alcune brevi domande? La ringrazio.

In conformità con quanto previsto dalla Legge sulla Privacy (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003) La informo che tutte le Sue risposte saranno trattate soltanto per finalità statistiche, le risposte saranno raccolte in forma anonima; non sarà conservato né il Suo nome né nessun altro dato di carattere personale su alcun supporto cartaceo od informatico, le risposte che Ella fornirà saranno presentate soltanto in forma aggregata; se vuole può non rispondere alle mie domande; potrà interrompere l'intervista in qualsiasi momento; l'eventuale rifiuto totale o parziale non avrà alcuna conseguenza e il rilascio dell'intervista non verrà in alcun modo ricompensato. Format ha sede in Roma, in Via Ugo Balzani, 77, il numero di telefono è 06.86.32.86.81.

0A. Buongiorno (Buonasera). Sono (nome ricercatore), di Format Srl - Ricerche di mercato. Stiamo effettuando un'indagine sui saldi presso i commercianti. Potrei gentilmente parlare - per una intervista - con il titolare?

- Sì 1



- No 2

OB. (Se "No") Quando potrei parlare con il responsabile? (Variabile aperta per la rilevazione dell'appuntamento telefonico)

OC.Nome del responsabile

---

OD.Ruolo o funzione

---

OE.Data dell'appuntamento

---

OF.Ora dell'appuntamento

---

OG.(Se "Sì". Ripeti l'incipit) .... La ringrazio.

Potrebbe gentilmente rispondere ad alcune brevi domande? La ringrazio.

Buongiorno (Buonasera). Sono (nome ricercatore), di Format Srl - Ricerche di mercato. Stiamo effettuando un'indagine sui saldi. Potrebbe gentilmente rispondere ad alcune brevi domande? La ringrazio.

In conformità con quanto previsto dalla Legge sulla Privacy (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003) La informo che tutte le Sue risposte saranno trattate soltanto per finalità statistiche, le risposte saranno raccolte in forma anonima; non sarà conservato né il Suo nome né nessun altro dato di carattere personale su alcun supporto cartaceo od informatico, le risposte che Ella fornirà saranno presentate soltanto in forma aggregata; se vuole può non rispondere alle mie domande; potrà interrompere l'intervista in qualsiasi momento; l'eventuale rifiuto totale o parziale non avrà alcuna conseguenza e il rilascio dell'intervista non verrà in alcun modo ricompensato. Format ha sede in Roma, in Via Ugo Balzani, 77, il numero di telefono è 06.86.32.86.81.

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 1
- No 2

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

- Sicuramente Sì 1
- Probabilmente Sì 2
- Sicuramente No 3

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

- Sicuramente Sì 1
- Probabilmente Sì 2



- Sicuramente No 3

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

A6. 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

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

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

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

- Sì 1
- No 2

A6c. Lei si aspetta che i saldi invernali (gennaio 2011) incideranno sulle sue vendite annuali complessive ?

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

A7. Federazione Moda Italia e Federdistribuzione hanno presentato ai Presidenti delle Regioni una proposta per una data unica di avvio dei saldi estivi ed invernali (primo sabato di luglio e 6 gennaio). Condividi questa proposta?

- Sì 1
- No 2
- Senza opinione 3



A8. È favorevole o contrario alla liberalizzazione delle vendite promozionali, tenuto conto del contesto di mercato attuale? (delle sole vendite promozionali)

- Sì, sono favorevole 1
- No, non sono favorevole 2
- Senza opinione 3

A9. Ritiene che gli outlet agiscano in una condizione privilegiata rispetto alle regole della concorrenza e del libero mercato?

- Sì 1
- No 2
- Senza opinione 3

A10. (Per tutti coloro che hanno risposto "Sì" alla A9.) Ritiene opportuno introdurre strumenti normativi per una nuova regolamentazione degli outlet?

- Sì 1
- No 2
- Senza opinione 3

S11. Ampiezza del negozio. (Numero di vetrine)

|\_\_|\_\_|

S12. Settore di attività prevalente

- capi di abbigliamento (cappotti, maglioni, pantaloni, giacche, ecc.) / 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

S13. Area geografica

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



**Percentuale di rispondenti per singola domanda (Indagine sui consumatori):**

Domanda A1: 100%	Domanda A2: 66%
Domanda A3: 100%	Domanda A4: 73%
Domanda A5: 73%	Domanda 5a: 100%
Domanda A6: 81%	Domanda A7: 81%
Domanda A7a: 81%	Domanda A8: 81%
Domanda A9: 100%	Domanda A9a: 100%
Domanda A9b: 100%	Domanda S10: 100%
Domanda S11: 100%	Domanda S12: 100%
Domanda S13: 100%	Domanda S14: 83%
Domanda S15: 83%	Domanda S16: 100%
Domanda S17: 58%	Domanda S18: 100%

**Percentuale di rispondenti per singola domanda (Indagine sui commercianti):**

Domanda A1: 100%	Domanda A2: 100%
Domanda A3: 100%	Domanda A4: 100%
Domanda A6: 100%	Domanda 6a: 100%
Domanda A6b: 100%	Domanda A6c: 100%
Domanda A7: 100%	Domanda A8: 100%
Domanda A9: 100%	Domanda A10: 50%
Domanda S11: 100%	Domanda S12: 100%
Domanda S13: 100%	



## Elenco dei Comuni nei quali è stata effettuata la rilevazione

<i>COMUNE</i>	<i>PROVINCIA</i>
ANCONA	AN
CHATILLON	AO
AREZZO	AR
SIRIGNANO	AV
BARI	BA
BERGAMO	BG
BIELLA	BI
BENEVENTO	BN
BOLOGNA	BO
BRESCIA	BS
CAGLIARI	CA
CAMPOBASSO	CB
CIVITELLA MESSER RAIMONDO	CH
FOSSACESIA	CH
CABIATE	CO
COMO	CO
DONGO	CO
LANZO D'INTELVI	CO
COSENZA	CS
CATANIA	CT
CATANZARO	CZ
CESENA	FC
FORLI	FC
FIRENZE	FI
FROSINONE	FR
GENOVA	GE
IMPERIA	IM
ABBADIA LARIANA	LC
COPERTINO	LE
LECCE	LE
LUCCA	LU
MESSINA	ME
COGLIATE	MI



MILANO	MI
MANTOVA	MN
CASTELLAMARE	NA
GIUGLIANO IN CAMPANIA	NA
NAPOLI	NA
SOMMA VESUVIANA	NA
CERANO	NO
PADOVA	PD
PESCARA	PE
PERUGIA	PG
PISA	PI
PARMA	PR
POTENZA	PZ
MODIGLIANA	RA
ROMA	RM
CATTOLICA	RN
LA SPEZIA	SP
LERICI	SP
AGLIENTU	SS
ALGHERO	SS
SASSARI	SS
TEMPIO PAUSANIA	SS
TARANTO	TA
CAFASSE	TO
CASELETTE	TO
BREDA DI PIAVE	TV
TREVISO	TV
GALLARATE	VA
VARESE	VA
VENEZIA	VE
VERONA	VR