

Saldi Gennaio 2015

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

Saldi "gennaio 2015" – indagine di opinione sugli acquisti degli italiani in occasione della prossima stagione dei saldi invernali

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format 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

26 novembre – 3 dicembre 2014

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

Ansa, Agi, Internazionale, Rai News, AskaNews,

data di pubblicazione o diffusione

31 dicembre 2014

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

Opinione sui consumi degli italiani in occasione dei saldi invernali del Gennaio 2015

popolazione di riferimento

(A) Consumatori ; (B) Imprese italiane del commercio al dettaglio

estensione territoriale del sondaggio

comuni di rilevazione (elenco)

ALBA	CORBETTA	GORLA MINORE
ALBA ADRIATICA	CORDENONS	GRADOLI
AREZZO	CORDOVADO	GRANAROLO DELL'EMILIA
ASTI	CORIGLIANO	GRESSAN
ATRIPALDA	CORTINA D'AMPEZZO	GREZZANA
AVEZZANO	COSENZA	GROSSETO
AVIANO	CREMA	LAIVES
AVOLA	CREMONA	LALLIO
BARLETTA	CREVALCORE	LAMA MOCOGNO
BELPASSO	CRISPIANO PANICALE	LAMEZIA TERME
BENEVENTO	SIRACUSA	LANA
BERGAMO	CROCETTA DEL MONTELLO	LANUSEI
BITTI	CROSIA	L'AQUILA
BLEGGIO	CROTONE	L'AQUILA
BOJANO	CUNEO	LARCIANO
BOLGARE	CUSANO MUTRI	LARINO
BOLOGNA	DESENZANO DEL GARDA	LECCO
BOLZANO	DIANO MARINA	LISSONE
BOMPORTO	FERRAZZANO	LIVORNO
BONEA	FIRENZE	LORETO
BORG SAN LORENZO	FISCIANO	LUCCA
BORMIO	FIUME VENETO	LUGO
CASALECCHIO DI RENO	FOGGIA	LURATE
CASALGRANDE	FOLIGNANO	MACERATA
CASARANO	FOLIGNO	MACERATA
CASATENOV	FORNOVO DI TARO	MADDALONI
CASERTA	GAIOLE IN CHIANTI	MAIERATO
CASTEL SANT'ELIA	GALEATA	MAMOIADA
CASTEL VISCARDO	GALLIATE	MANCIANO
CASTIONE ANDEVENNO	GELA	MESSAPICO
CAVASSO NUOVO	GENOVA	MILANO
CEFALU' ORISTANO	GISSI	MIRANDOLA
CEGLIE MESSAPICO	GIULIANOVA	MOCOGNO
COPPARO	GORIZIA	MODENA

MONSANO
MONTAGANO
MONTAIONE
MONTALDO BORMIDA
MONTALTO DI CASTRO
MONTE ROBERTO
MONTEFINO
MONTEMARCIANO
MONTENERO DI BISACCIA
MONTEPULCIANO
MONTEREALE
MONTEREALE SAN
QUIRINO
MONTEREALE VALCELLINA
MONTESARCHIO
MONTI
MONTICELLO CONTE OTTO
MONTIERI
MORGEX
MORSANO AL
TAGLIAMENTO
MURLO
MUSSOMELI
NAPOLI
NERVIANO
NIBIONNO
NOLA
NORBELLO
NUOVO ORBASSANO
ORISTANO
OROTELLI
ORTEZZANO
OSIMO
OSTELLATO
OZZANO DELL'EMILIA
PADERNO DUGNANO
PADOVA
PALERMO
PANICALE
PANTIGLIATE
PARABIAGO
PARMA
PAVIA
PERGOLA
PERUGIA
PESARO
PESCARA
PESCIA
PETTORANELLO DEL
MOLISE

PIACENZA
PIANFEI
PIANORO
PIAZZA ARMERINA
PINZANO AL TAGLIAMENTO
PISA
PISTICCI
PISTOIA
POLISTENA
POMEZIA
PONTASSIEVE
PONTEREDERA
PONZANO VENETO
POPOLI
PORCIA
PORDENONE
PORNASSIO
PORTOFERRAIO
PORTOVENERE
POZZILLI
POZZONOVO
POZZUOLI
PRATA DI PORDENONE
PRATO
PRAVISDOMINI
PRE' SAINT
RAVENNA
RECANATI
REGGIO EMILIA
RENON
RHO
RICCIA
RIMINI
RIVA DEL GARDA
ROANA
ROCCASCALEGNA
ROMA
ROTONDI
ROVEREDO IN PIANO
SAN CESARIO SUL PANARO
SAN GIORGIO IN BOSCO
SAN GIOVANNI IN GALDO
SAN GIOVANNI IN
MARIGNANO
SAN GIOVANNI SUERGIU
SAN GIULIANO TERME
SAN MAURIZIO CANAVESE
SAN MAURO PASCOLI
SAN NICOLÒ D'ARCIDANO

SAN PAOLO DI JESI
SAN VITO CHIETINO
SAN VITO LO CAPO
SANDRIGO
SANREMO
SANTA CROCE SULL'ARNO
SANTA LUCIA DEL MELA
SANTA MARIA A MONTE
SANTA MARIA CAPUA
VETERE
SANTARCANGELO DI
ROMAGNA
SANT'EGIDIO ALLA
VIBRATA
SANTERAMO IN COLLE
SARRE
SASSARI
SAVOIA DI LUCANIA
SAVONA
SCANSANO
SEDICO
SELVAZZANO DENTRO
SENIGALLIA
SERAVEZZA
SERINO
SESTO AL REGHENA
SESTO FIORENTINO
SESTU
SETTIMO TORINESE
SIENA
SILVI
SINISCOLA
SIRACUSA
SIROR
SORA
SPILAMBERTO
SPIRANO
SPOLETO
SPOTORNO
SULMONA
SUMMONTE
TAGGIA
TAIO
TALAMONA
TARANTO
TAVULLIA
TERME POZZALLO
TORINO
TORRE SANTA SUSANNA
TORRECUSO

TORTONA
TRADATE
TRAMONTI DI SOTTO
TRANI
TRASACCO
TREGLIO
TRENTO
TREZZO SULL'ADDA
TRIESTE

TROFARELLO
UDINE
UGENTO
UMBERTIDE
URBINO
URGNANO
VADO LIGURE
VAIANO
VAJONT

VAL DI VIZZE
VALTOURNENCHE
VARAZZE
VARNA
VASTO
VAZZOLA
VENAFRO
VENEZIA
VERDUNO

metodo di campionamento

(A) CONSUMATORI: Campione rappresentativo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni.

(B) IMPRESE: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio al dettaglio

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

(A) CONSUMATORI: Campione stratificato statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=750 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,7\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.

(B) IMPRESE: Campione stratificato 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/isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 5,1\%$). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il sistema Cati (computer assisted telephone interview)

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

(A) CONSUMATORI:

	cifra	percentuale
Non reperibili	302	22,1
Rifiuti	315	23,0
Sostituzioni	617	45,1
Totale interviste	750	54,9

(B) IMPRESE:

	cifra	percentuale
Non reperibili	141	22,5
Rifiuti	101	16,1
Sostituzioni	242	38,7
Totale interviste	384	61,3

testo integrale di tutte le domande (questionario)

(A) 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
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

Rispondenti: 100%

2. Attende per... (Una risposta)

- ...acquistare qualsiasi tipo di prodotto
- ...acquistare solo prodotti griffati/di marca

Rispondenti: 100%

3. Ha intenzione di approfittare dei prossimi saldi invernali nel Gennaio 2015? (Una risposta)

- Si
- No

Rispondenti: 100%

3a. Pensa di fare acquisti in saldo...? (Una risposta)

- Presso negozi abituali/di fiducia
- Presso altri negozi

Rispondenti: 51%

4. Quali sono i prodotti ai quali è interessato? (Una risposta per ciascun item)

- Capi d'abbigliamento
- Calzature
- Biancheria intima
- Accessori
- Pelletteria
- Articoli sportivi
- Biancheria per la casa
- Altro

Rispondenti: 51%

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

- Meno di 100 euro
- 100 euro – 200 euro
- 200 euro – 300 euro
- 300 euro – 400 euro
- 400 euro – 500 euro
- Oltre 500 euro

Rispondenti: 51%

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

- Alla qualità
- Al prezzo

Rispondenti: 51%

9c. Con quale frequenza acquista prodotti di moda su internet...? (Una risposta)

- Mai
- Raramente
- Qualche volta
- Spesso
- Molto spesso

Rispondenti: 100%

9d. Ritiene che acquistare su internet sia più conveniente che non l'acquisto a saldo presso i punti vendita tradizionali...? (Una risposta)

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

Rispondenti: 51%

(B) IMPRESE

1. Si è parlato spesso di liberalizzazione totale (tutto l'anno) delle promozioni e dei saldi, Lei sarebbe d'accordo con un'ipotesi del genere? (Una risposta)

- Sì
- No

Rispondenti: 100%

2. Secondo Lei le promozioni libere anche prima dei saldi porterebbero ad un aumento dei consumi, ossia a maggiori vendite? (Una risposta)

- Sicuramente sì
- Probabilmente sì
- Sicuramente no

Rispondenti: 100%

3. Secondo Lei le promozioni libere anche prima dei saldi porterebbero ad una maggiore convenienza sul fronte prezzi per i consumatori? (Una risposta)

- Sicuramente sì
- Probabilmente sì
- Sicuramente no

Rispondenti: 100%

4. Lei è d'accordo con una liberalizzazione delle vendite promozionali? (Una risposta)

- Sì
- Sì, purché vengano posticipati i saldi alla effettiva fine stagione
- No

Rispondenti: 100%

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

- Meno del 20%
- 20% - 30%
- 30% - 40%
- 40% - 50%
- Oltre 50%

Rispondenti: 100%

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

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

Rispondenti: 100%

6c. Lei si aspetta che i saldi invernali (gennaio 2015) incideranno sulle Sue vendite annuali complessive...? (Una risposta)

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

Rispondenti: 100%