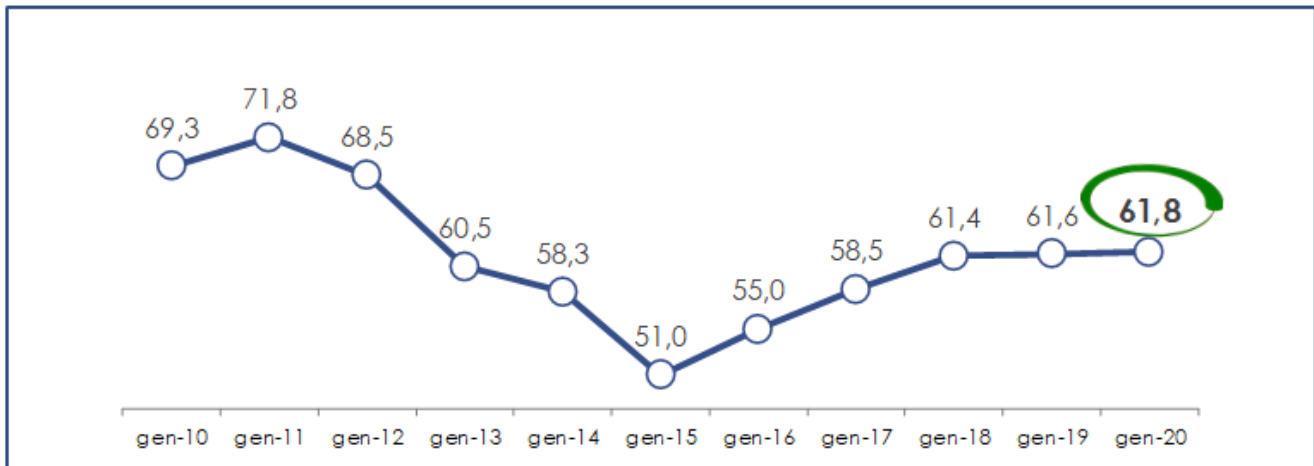


## LA PROPENSIONE AGLI ACQUISTI

Resta sostanzialmente stabile la percentuale di italiani che, rispetto a un anno fa (saldi di gennaio 2019) è intenzionata ad acquistare in saldo (61,8% contro il 61,6% di gennaio 2019). Dieci anni fa questa quota era risultata pari al 69,3%.

### Consumatori che effettuano acquisti in saldo (Serie storica gen 2010 – gen 2020)



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

### Chi acquista i prodotti a saldo

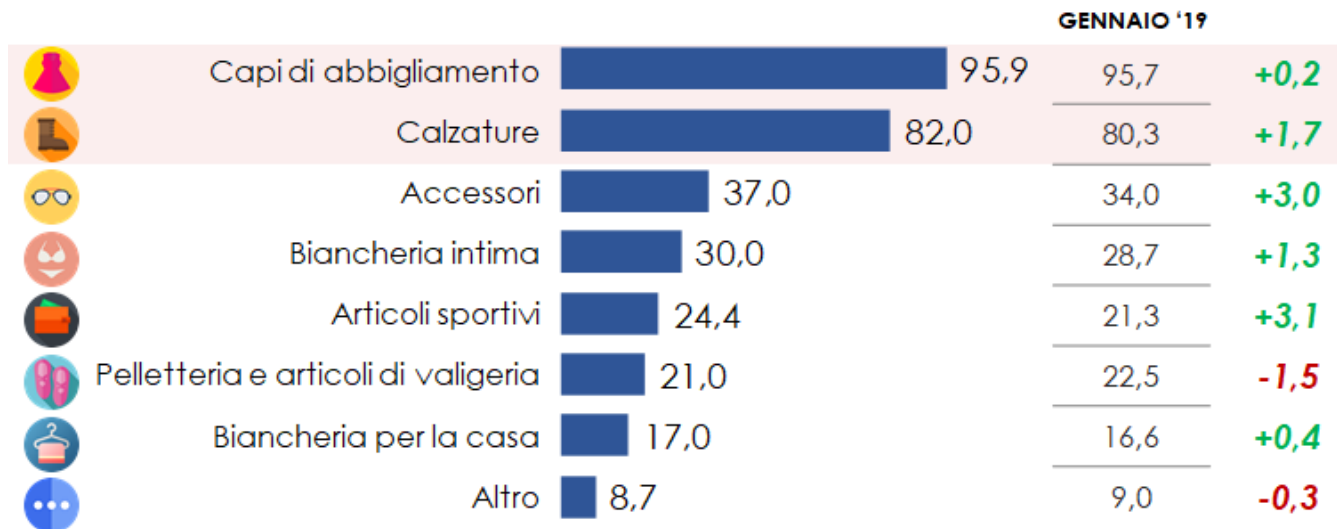
	GENERE		CLASSE D'ETÀ						AREA GEOGRAFICA				
	Totale	Maschio	Femmina	18-24 Anni	25-34 Anni	35-44 Anni	45-54 Anni	55-64 Anni	64 anni e oltre	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
<b>Sì</b> , ho intenzione di acquistare a saldo	<b>61,8</b>	57,0	67,7	46,0	78,0	81,2	59,9	59,2	44,0	65,6	61,0	68,6	73,8
<b>No</b> , non ho intenzione di acquistare a saldo	<b>38,2</b>	43,0	32,3	54,0	22,0	18,8	40,1	40,8	56,0	34,4	39,0	31,4	26,2

Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

### I PRINCIPALI PRODOTTI OGGETTI DI ACQUISTI IN SALDO

Gli italiani acquistano in saldo prevalentemente capi di abbigliamento (per il 95,9% contro il 95,7% del 2019), calzature (82% contro l'80,3%), accessori (scarpe e guanti) per il 37% (erano il 34%) e biancheria intima (30% contro il 28,7%).

## Quali sono i prodotti ai quali è interessato?

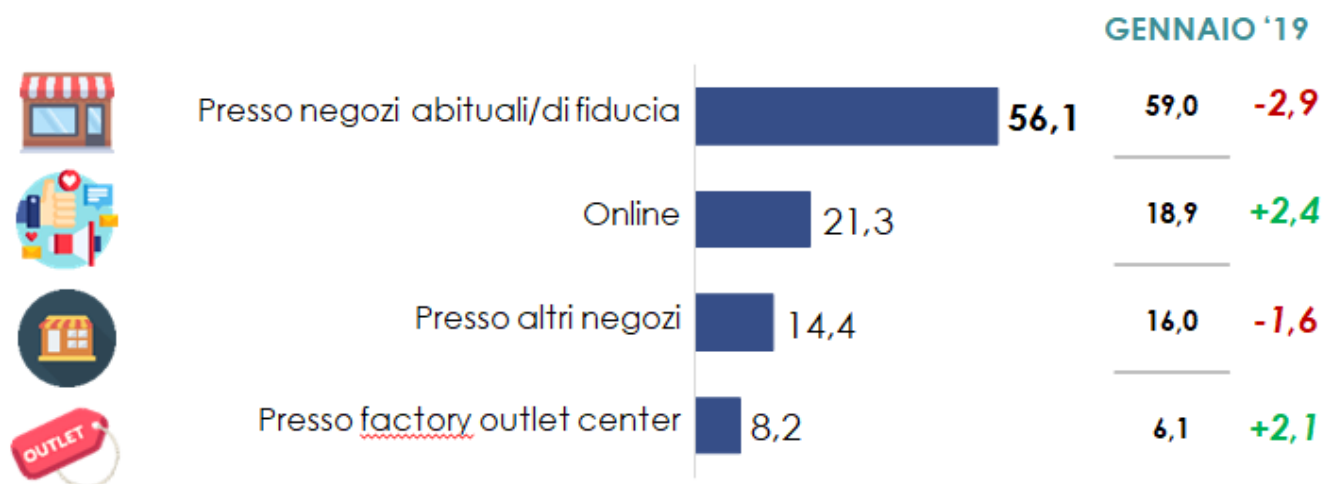


Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

## DOVE VENGONO EFFETTUATI GLI ACQUISTI

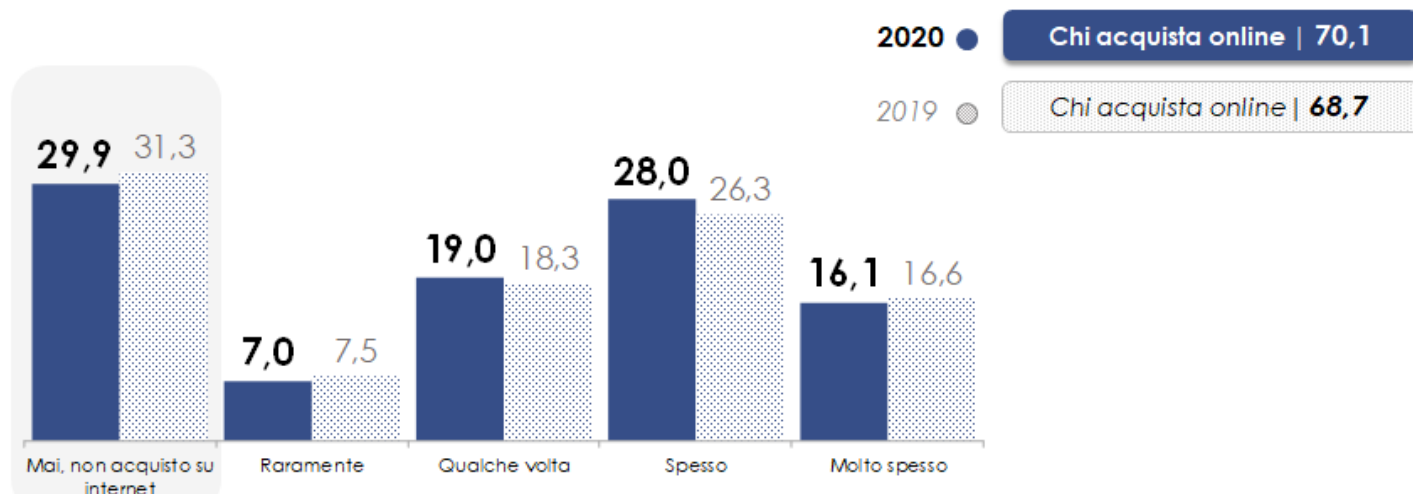
Anche se i negozi di fiducia/abituati restano i luoghi principali (56,1%) dove gli italiani acquistano i prodotti in saldo, risulta in crescita la percentuale dei consumatori intenzionati ad acquistare sul web: 21,3% (+2,4% rispetto a gennaio 2019). E risulta ancora più alta, in particolare, la quota di chi acquista frequentemente prodotti di moda su Internet (44%).

## Pensa di fare acquisti in saldo presso...?



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

**Con quale frequenza acquista (per lei o per i suoi famigliari) prodotti di moda su internet, magari tramite siti come Amazon, Vente-privee, Yoox, Zalando, E-bay, ecc?**



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

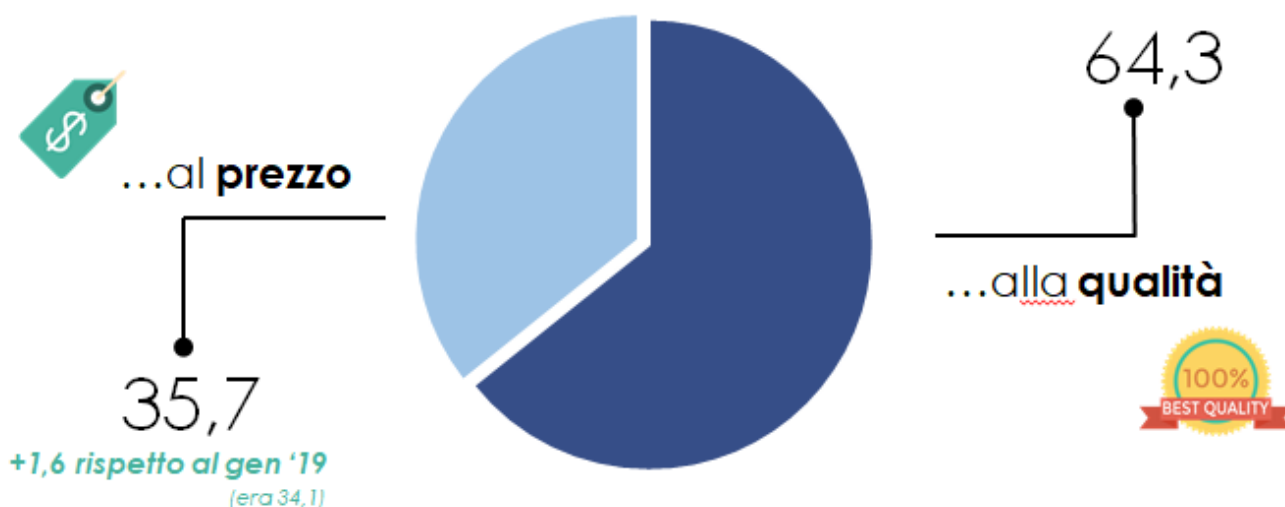
### L'INCIDENZA DELLA MERCE ACQUISTATA A SALDO SUL TOTALE DEI CONSUMI NELL'ANNO

Il 92,3% dei consumatori ha dichiarato di aver acquistato in saldo in passato. Tra questi, il 61,6% non ha mai acquistato merce per un valore superiore al 30% di quella totale che sono soliti comperare nel corso di un anno intero.

### LA QUALITÀ E LA VARIETÀ DEI PRODOTTI VENDUTI DURANTE IL PERIODO DEI SALDI

Gli italiani continuano a dare sempre maggiore importanza alla qualità dei prodotti rispetto al prezzo. E migliora anche il giudizio dei consumatori in riferimento alla varietà dei prodotti venduti in saldo.

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



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

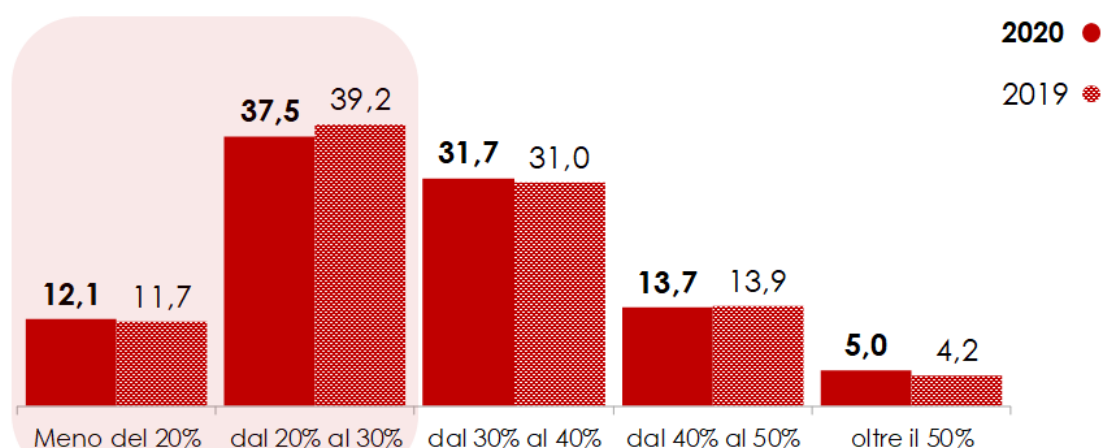
## LE GARANZIE OFFERTE DAI PRODOTTI VENDUTI A SALDO IN TERMINI DI TUTELA DEL CONSUMATORE

In aumento la percentuale dei consumatori che si sentono tutelati quando acquistano prodotti a saldo (69,4% contro il 68,2%).

## GLI SCONTI CHE SARANNO PROPOSTI AL PUBBLICO

Le imprese del commercio al dettaglio che proporranno fino al 30% di sconto sugli articoli posti in saldo saranno il 49,6% (lo scorso anno erano il 50,9%). In aumento la percentuale di imprese che proporrà prodotti tra il 30 e il 40% ed oltre il 50% di sconto (5% contro il 4,2% del 2019).

### Qual è la media di sconto (in percentuale) che proporrà negli articoli a saldo?



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Saldi gennaio 2020"

## LE ASPETTATIVE SULLE VISITE DELLA CLIENTELA NEI PUNTI VENDITA

Il 23,6% delle imprese ritiene che in occasione dei saldi invernali i punti vendita saranno visitati in misura maggiore rispetto al 2019. Più della metà delle imprese (54,7%) si aspetta un uguale numero di visitatori.

*Nota metodologica* – L'indagine sui consumi degli italiani in occasione dei saldi invernali 2019 è stata effettuata: A) su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani >18 anni (750 interviste a buon fine), margine di fiducia +3,7%; B) su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio al dettaglio (433 interviste a buon fine), margine di fiducia  $\pm 4,8\%$ . Le due indagini di campo sono state realizzate con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati) e via web (Sistema Cawi). Periodo di effettuazione delle interviste. Dal 29 novembre al 07 dicembre 2019.