

**Indagine sui consumatori**

**La propensione agli acquisti.** In leggera crescita la percentuale di italiani che, rispetto a dodici mesi fa (saldi gennaio 2015) è intenzionata ad approfittare dei saldi invernali 2016. Saranno il 55%, quota di oltre quattro punti superiore rispetto a quella registrata in occasione del gennaio 2015. Tra coloro che non utilizzeranno i saldi quasi due su tre hanno acquistato a saldo almeno una volta in passato.

|  |  |
| --- | --- |
| **STIMA DEI SALDI INVERNALI 2016** |  |
| VALORE SALDI INVERNALI (miliardi di euro) | 5,4 |
| NUMERO FAMIGLIE ITALIANE (milioni) | 25,8 |
| NUMERO FAMIGLIE CHE ACQUISTA IN SALDO (milioni) | 15,5 |
| **ACQUISTO MEDIO A FAMIGLIA PER SALDI INVERNALI (euro)** | **346** |
| NUMERO MEDIO DEI COMPONENTI PER FAMIGLIA | 2,3 |
| **ACQUISTO MEDIO A PERSONA NEI SALDI INVERNALI (euro)** | **148** |

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

**I principali prodotti oggetto di acquisto a saldo.** Gli italiani acquisteranno in saldo prevalentemente capi di abbigliamento, calzature, accessori (sciarpe e guanti) e biancheria intima. In leggera flessione gli articoli sportivi e i prodotti di pelletteria.

Fig.2 Quali sono i prodotti ai quali è interessato?



*Fonte: indagine Confcommercio-Format*

**Dove saranno effettuati gli acquisti.** Il 41% dei consumatori sperimenterà punti vendita differenti da quelli che frequentano abitualmente, spesso alla ricerca di un prezzo «più competitivo». Tale quota, supera di quasi quattro punti percentuali quella rilevata in occasione del gennaio 2015.

A sperimentare negozi «diversi» saranno in prevalenza soggetti di genere femminile, in età compresa tra i 18 e i 44 anni, residenti nelle grandi aree metropolitane, in possesso di un titolo di studio medio. Le famiglie. Del tutto evidente l’esigenza dei consumatori di cercare il prezzo più basso nei negozi che non si frequentano abitualmente.

**L’attesa dei saldi invernali.** Più del 42% degli italiani considera “importante” il periodo dei saldi. La quota è in crescita rispetto a quella registrata lo scorso anno (41,9%) coerentemente con la crescita della percentuale di coloro che si appresteranno a fare acquisti a saldo.

**I prodotti per i quali si tende a rinviare l’acquisto in vista dei saldi.** In leggera flessione la percentuale degli italiani che attendono il periodo dei saldi per acquistare qualsiasi tipo di prodotto. Tale quota, in diminuzione rispetto allo scorso anno, è un segno forse della crisi lasciata alle spalle.

Attendono i saldi per acquistare qualsiasi tipo di prodotto soprattutto i soggetti di genere femminile, i consumatori in età superiore ai 45 anni, residenti nelle grandi aree metropolitane e nelle regioni del Mezzogiorno, le famiglie.

**L’incidenza della merce acquistata a saldo sul totale dei consumi nell’anno.** L’84,5% dei consumatori ha approfittato dei saldi almeno una volta in passato. Tra questi, due su tre non hanno mai acquistato merce per un valore superiore al 30% di quella totale che sono soliti comperare nel corso di un anno intero.

**Il rapporto tra qualità e prezzo nell’acquisto in saldo secondo l’opinione dei consumatori.** Gli italiani stanno ricominciando a dare maggiore importanza alla qualità dei prodotti rispetto al prezzo. La quota dei consumatori che attribuiscono maggiore importanza al prezzo è in flessione rispetto ai saldi 2015 di 1,5 punti percentuali.

Attribuiscono maggiore importanza al prezzo soprattutto i soggetti di genere maschile in età avanzata, residenti nelle regioni del Mezzogiorno e nelle grandi aree metropolitane, in possesso di un titolo di studio medio/basso.

**Le garanzie offerte dai prodotti venduti a saldo in termini di tutela del consumatore.** Aumenta la percentuale dei consumatori che si sentono tutelati acquistando a saldo.

**Gli acquisti online.** Il 51,4% degli italiani ha effettuato acquisti su internet almeno una volta nel passato. Scende lievemente la percentuale dei consumatori che ritiene che acquistare presso i siti sia più conveniente piuttosto che non l’acquisto presso i punti di vendita tradizionali.

**Indagine sulle imprese del commercio al dettaglio**

**Le previsioni in vista dei saldi invernali 2016.** Salgono le aspettative delle imprese: il 22,3% ritiene che in occasione dei prossimi saldi invernali i propri punti di vendita saranno visitata in misura maggiore rispetto alla stagione precedente.

**Gli sconti che saranno proposti al pubblico.** Le imprese del commercio al dettaglio che proporranno mediamente non oltre il 30% di sconto sugli articoli posti in saldo sono circa il 56,8%. Lo scorso anno erano più del 62%, superiori di quasi sei punti percentuali.

**Le attese con riferimento alle vendite in termini di ricavi.** Anche sulle aspettative nei ricavi si riflettono le speranze di una stagione di saldi al rialzo in termini di incidenza sul totale delle vendite annuali. Le imprese del commercio al dettaglio che sostengono che, in questo senso, i saldi invernali 2016 incideranno non oltre il 20% sulle vendite totali sono il 74,6%, undici punti percentuali in meno rispetto a dodici mesi fa.

**Periodo dei saldi**

Il 76,9% delle imprese del commercio al dettaglio si è detto favorevole alla proposta di Federmodaitalia di posticipare la data di avvio dei saldi a fine gennaio a partire dal 2017.

**La liberalizzazione totale dei saldi e delle vendite promozionali.** Il 63,1% delle imprese del commercio al dettaglio si dichiara contraria alla liberalizzazione totale dei saldi tutto l’anno.

Sono favorevoli alla liberalizzazione dei saldi in prevalenza le imprese del commercio al dettaglio di dimensioni più grandi, residenti nelle regioni del Mezzogiorno. In evidenza gli esercizi commerciali specializzati negli articoli sportivi e nella biancheria.

La maggior parte delle imprese non è d’accordo con l’ipotesi di liberalizzare le vendite promozionali anche prima dei saldi.

Quasi il 73% delle imprese del commercio ritiene che le promozioni libere prima dei saldi danneggerebbero le vendite del mese di dicembre. In particolare a pensarla così sono maggiormente le imprese del Nord-Est, di dimensioni dai 10 ai 19 addetti.