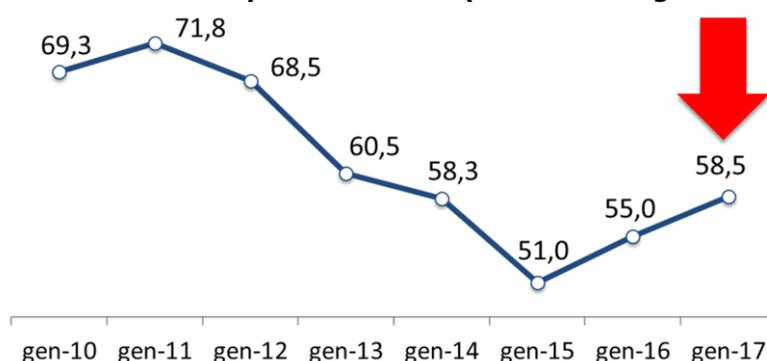


## INDAGINE SUI CONSUMATORI

**La propensione agli acquisti.** Ancora in crescita la percentuale di italiani che, rispetto a un anno fa (saldi di gennaio 2016) è intenzionata ad approfittare dei saldi invernali 2017. Saranno il 58,5%, quota di oltre tre punti superiore rispetto a quella registrata in occasione del gennaio 2016. Tra coloro che non approfitteranno dei saldi, il 69,5% dei rispondenti hanno acquistato a saldo almeno una volta in passato.

### Consumatori che effettuano acquisti in saldo... (Serie storica gen '10 - gen '17)



**I principali prodotti oggetto di acquisto a saldo.** Gli italiani acquisteranno in saldo prevalentemente capi di abbigliamento (per il 92,1% contro il 94,1% del 2016), calzature (per il 79,2% contro il 72,8% dello scorso anno), accessori (sciarpe e guanti) per il 32,1% (erano il 30,7% nella previsione del 2016) e biancheria intima (27,4% contro il 26,4% dello scorso anno). In leggera flessione i capi di abbigliamento.

### Quali sono i prodotti ai quali è interessato?

	gennaio '17	gennaio '16	delta
Capi di abbigliamento	92,1	94,1	↓
Calzature	79,2	72,8	↑
Accessori	32,1	30,7	↑
Biancheria intima	27,4	26,4	↑
Pelletteria	19,9	17,5	↑
Biancheria per la casa	18,9	17,4	↑
Articoli sportivi	18,8	17,7	↑
Altro	9,9	9,6	↑

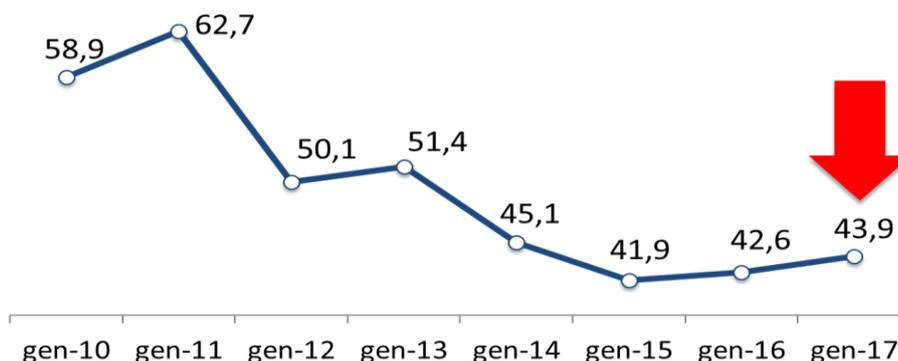
**La cifra che si intende spendere per gli acquisti.** Il 78,1% dei consumatori stanzierà un budget non superiore ai 200 euro per gli acquisti a saldo. In leggero aumento la percentuale dei consumatori che stanzierà oltre 200 euro per i saldi (+0,9 punti percentuali rispetto al 2016). **In media la cifra che spenderanno gli italiani sarà di 150 euro.**

**Dove saranno effettuati gli acquisti.** Il 37,0% dei consumatori esplorerà punti vendita differenti da quelli che frequentano abitualmente, spesso alla ricerca di un prezzo «più competitivo». Tale quota,

scende di quattro punti percentuali rispetto a quella rilevata in occasione del gennaio 2016. A sperimentare negozi «diversi» saranno in prevalenza soggetti di genere femminile, in età compresa tra i 35 e i 54 anni, residenti nelle grandi aree metropolitane delle regioni del Centro Italia e del Mezzogiorno, in possesso di un titolo di studio medio.

**L'attesa dei saldi invernali.** Quasi il 44% degli italiani considera «molto o abbastanza importante» il periodo dei saldi. La quota è in crescita rispetto a quella registrata lo scorso anno (42,6%) coerentemente con la crescita della percentuale di coloro che si apprestano a fare acquisti a saldo.

**Percentuali di consumatori che attendono i saldi invernali per acquistare un prodotto che aspettavano... (Serie storica gen '10 - gen '17)**



**I prodotti per i quali si tende a rinviare l'acquisto in vista dei saldi.** La percentuale degli italiani che attendono il periodo dei saldi per acquistare qualsiasi tipo di prodotto resta stabile rispetto allo scorso anno (82,4% contro l'85% rilevato per i saldi 2016). I consumatori continuano ad acquistare ponendo attenzione alla qualità, ai prodotti di marca come nei periodi precisi.

**L'incidenza della merce acquistata a saldo sul totale dei consumi nell'anno.** L'85,5% 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.

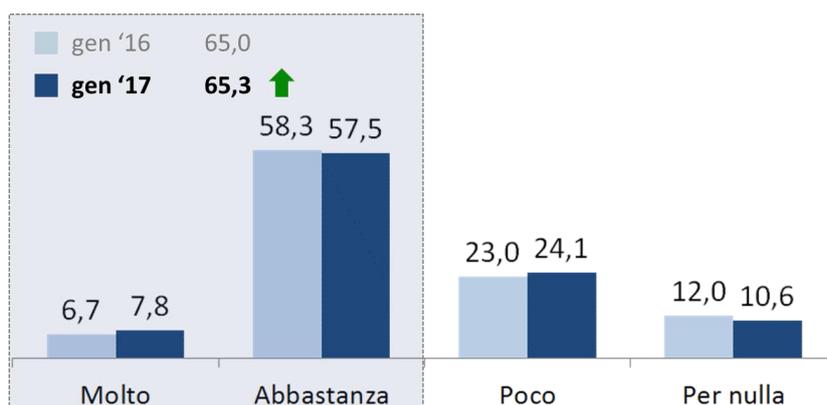
**La qualità e la varietà dei prodotti venduti durante il periodo dei saldi.** Migliora di poco, rispetto all'anno precedente, il giudizio che i consumatori riservano nei confronti dei prodotti venduti in saldo, sia con riferimento alla qualità della merce sia per quel che riguarda la varietà dei prodotti venduti.

**Il rapporto tra qualità e prezzo nell'acquisto in saldo secondo l'opinione dei consumatori.** Gli italiani continuano 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 2016 di quasi 4 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 quando acquistano prodotti a saldo.

**Quanto si sente tutelato come consumatore quando fa un acquisto in saldo?**



**Gli acquisti online.** Il 58,6% degli italiani ha effettuato acquisti su internet almeno una volta nel passato. Aumenta lievemente la percentuale dei consumatori che ritiene che acquistare presso i siti, on line, sia più conveniente rispetto all'acquisto presso i punti di vendita tradizionali.

## **INDAGINE SULLE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

**Le previsioni in vista dei saldi invernali 2017.** In crescita seppure lieve rispetto al gennaio 2016, le aspettative delle imprese: il 23,3% ritiene che in occasione dei prossimi saldi invernali i propri punti vendita saranno visitati in misura maggiore rispetto alla stagione precedente (era il 22,3 nella previsione del 2016).

**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 48,2%. Lo scorso anno erano più del 56%, superiori di quasi nove punti percentuali. Sale al 4,7% la percentuale di imprese che proporrà prodotti ad oltre il 50% di sconto. La media di sconto proposta dai commercianti sarà circa del 32%.

**Le attese con riferimento alle vendite in termini di ricavi.** Le imprese del commercio al dettaglio che sostengono che i saldi invernali 2017 incideranno oltre il 30% sulle vendite totali sono il 6,4% (contro il 6,2% del 2016). Il dato conferma anche il leggero aumento del clima di fiducia da parte delle imprese che hanno dichiarato che i propri punti vendita saranno visitati in misura maggiore rispetto alla stagione precedente. In media le imprese del commercio si attendono che i saldi invernali incideranno per il 15% circa sulle vendite annuali complessive.

**La liberalizzazione totale dei saldi e delle vendite promozionali.** Il 59,5% delle imprese del commercio al dettaglio non si dichiara d'accordo con la liberalizzazione totale dei saldi. Tale quota è in leggera diminuzione rispetto a quella fatta registrare dodici mesi fa (63,1%). Le imprese in disaccordo con la liberalizzazione dei saldi sono principalmente le micro e piccole imprese attive nei settori della pelletteria e calzature/abbigliamento, principalmente collocate nelle regioni del Nord Italia.

Quasi otto imprese del commercio al dettaglio su dieci si dichiarano d'accordo con l'idea di istituire una data unica per i saldi in tutta Italia a fine gennaio.

**La qualità dei prodotti posti in vendita a saldo.** Oltre quattro imprese del commercio su cinque affermano che la qualità dei prodotti venduti a saldo sia "molto" o "abbastanza" buona (86,5%). Tale quota risulta in leggero aumento rispetto allo scorso anno (era pari all'85,2%).

**L'impatto dei saldi sull'aumento della clientela.** Il 52% degli imprenditori del commercio al dettaglio afferma che, generalmente, durante il periodo dei saldi invernali il proprio esercizio è frequentato anche da nuovi clienti. Un anno fa tale percentuale era risultata pari al 53,4%.

Sono visitati da clienti non abituali in prevalenza gli esercizi commerciali operativi nelle grandi aree metropolitane, di grandi dimensioni e operativi nei settori del commercio al dettaglio di articoli sportivi e abbigliamento.

---

### **Nota metodologica**

*L'indagine sui consumi degli italiani in occasione dei saldi invernali 2017 è stata effettuata: A) su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani >18 anni (750 interviste a buon fine), margine di fiducia  $\pm 3,7\%$ ; B) su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio al dettaglio (384 interviste a buon fine), margine di fiducia  $\pm 5,1\%$ . L'indagine è stata svolta dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo dal 06 al 12 dicembre 2016.*  
[www.agcom.it](http://www.agcom.it). [www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)