



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ROMA

**Osservatorio Economico
Confcommercio Roma |
Le intenzioni di acquisto
dei consumatori di Roma
per il prossimo Natale**

Rapporto di ricerca

Roma, 25 novembre 2022 (21-258aw/P01)



Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI DI ROMA SUL NATALE



PROPENSIONE ALL'ACQUISTO E TIPOLOGIA DEGLI ACQUISTI



BUDGET DI SPESA



CANALI DI ACQUISTO



IL TEMPO DEGLI ACQUISTI



METODO

Questo documento presenta i risultati dell' «*Osservatorio Economico Confcommercio Roma: indagine sui consumatori*», realizzato da Format Research per conto di Confcommercio Roma.

Obiettivi della ricerca

Lo studio rientra nel progetto più ampio dell'Osservatorio congiunturale sulle imprese del terziario e sui consumatori della provincia di Roma.

Il rapporto è articolato nelle seguenti sezioni:

- 1) Il sentiment dei cittadini di Roma sul Natale 2022;
- 2) La tipologia, i canali di acquisto, il budget speso per i regali di Natale 2022.

L'indagine svolta con Sistema Cati/Cawi è stata rivolta ai consumatori di età superiore ai 18 anni residenti nella provincia di Roma (n. 1.000 interviste a buon fine).

Le interviste sono state realizzate dal 17 al 21 novembre 2022.

Considerazioni generali di sintesi |

Oltre l'83% dei consumatori di Roma ritiene che Natale 2022 sarà vissuto in maniera più dimessa, ovvero gli italiani faranno meno acquisti rispetto a Natale 2021. La sfiducia dei consumatori di Roma per il prossimo Natale è dovuta principalmente alla preoccupazione per l'aumento dei costi dei prodotti alimentari e delle bollette.

Il 72,0% degli intervistati farà acquisti per i regali di Natale. Il restante 28,0% non farà acquisti principalmente perché ha subito un peggioramento della propria condizione economica e/o preferisce risparmiare. **Prodotti enogastronomici, capi di abbigliamento, libri ed ebook saranno i prodotti maggiormente acquistati per il prossimo Natale.** I consumatori di Roma acquisteranno online principalmente gli abbonamenti streaming e le carte regalo.

Internet si conferma il canale principale per l'acquisto dei regali di Natale (62,0%). Seguono i punti vendita di prossimità. **I consumatori di Roma spenderanno un po' meno dello scorso anno: per le prossime festività natalizie la stima della spesa media sarà di 154 euro a persona (lo scorso anno era 160 euro).** **Un intervistato su due acquisterà i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday (51,3%).** Di contro, il 31,4% si dichiara ancora indeciso ed il 17,3% non approfitterà delle campagne scontistiche per acquistare regali.

È pari a 64,0% la quota di coloro che dichiarano di NON AVER RISPARMIATO da inizio anno ad oggi. Oltre il 20% degli intervistati impiegherà la tredicesima per far fronte alle spese di casa/famiglia (28,7%) e per risparmiare (23,8%). Il 16,6% la impiegherà per comprare i regali di Natale.

La fiducia dei cittadini di Roma | Oltre l'83% dei consumatori di Roma ritiene che Natale 2022 sarà vissuto in maniera più dimessa rispetto a Natale 2021, ovvero gli italiani faranno meno acquisti. Il dato è simile a quello dello scorso anno.

Natale 2022 è ormai alle porte. **Lei con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?**

«RISPETTO AL NATALE SCORSO, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»

2022

83,3%

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

14,3%



ALLO STESSO MODO,
ovvero gli italiani acquisteranno come a
Natale 2021

2,4%



IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno più acquisti

2021

84,0%

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

13,3%

ALLO STESSO MODO,
ovvero gli italiani acquisteranno come a Natale
2020

2,7%

IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno più acquisti

Base campione: 1.400 casi. I dati sono riportati all'universo.

La fiducia dei cittadini di Roma | Il sentiment dei consumatori di Roma per il prossimo Natale è dovuto principalmente alla preoccupazione per l'aumento dei costi dei prodotti alimentari e delle bollette.

(Solo per coloro che ritengono che il Natale 2022 sarà peggiore) Per quali motivi ritiene che questo Natale sarà peggiore rispetto a quello dello scorso anno?

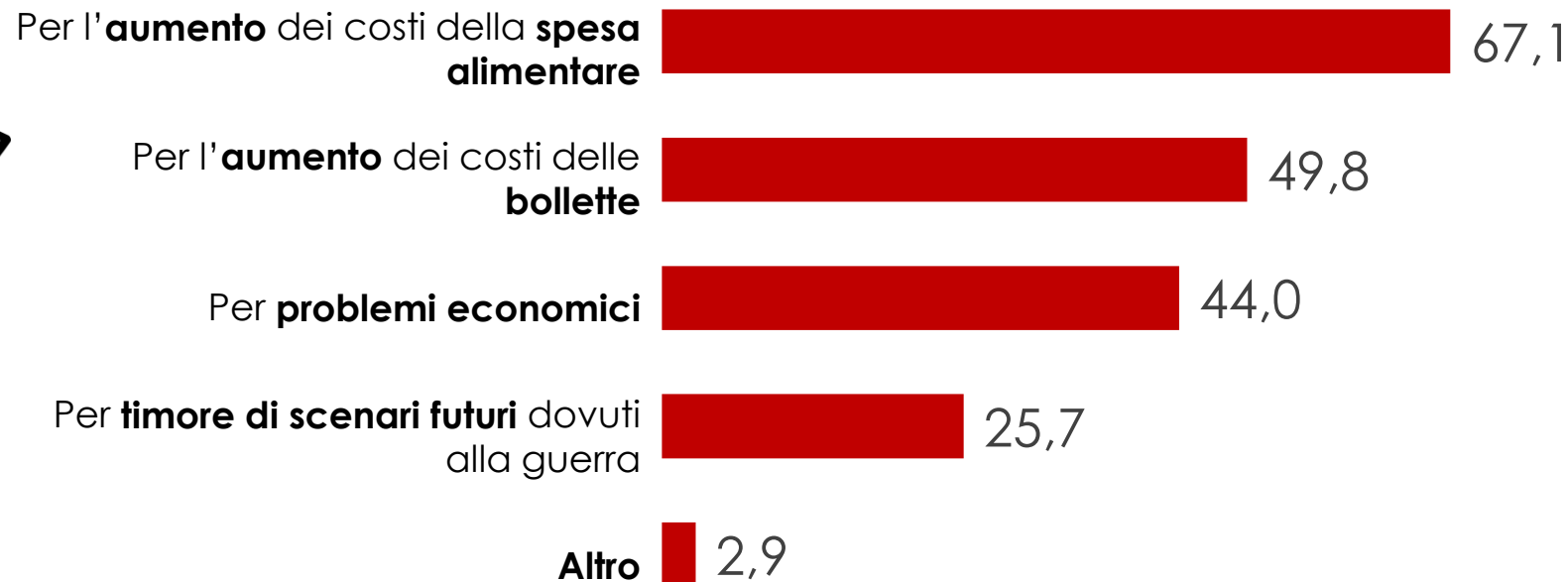
«RISPETTO AL NATALE 2021, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»

83,3%

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,

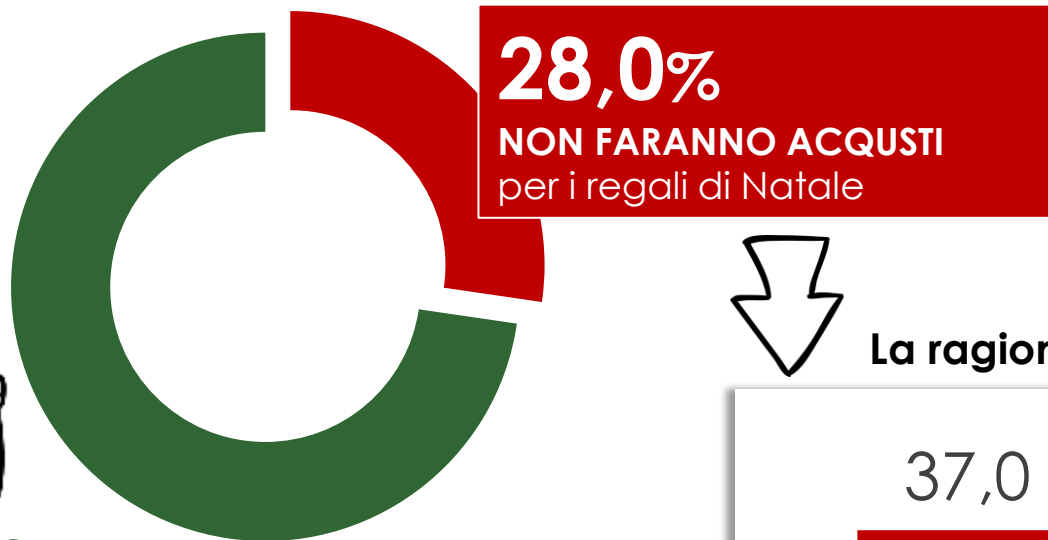
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

(era 84,0% nel 2021)



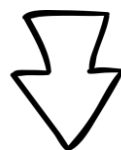
Base campione: 1.166 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Propensione all'acquisto | Il 72,0% degli intervistati farà acquisti per i regali di Natale. Il restante 28,0% non farà acquisti principalmente perché ha subito un peggioramento della propria condizione economica e/o preferisce risparmiare.

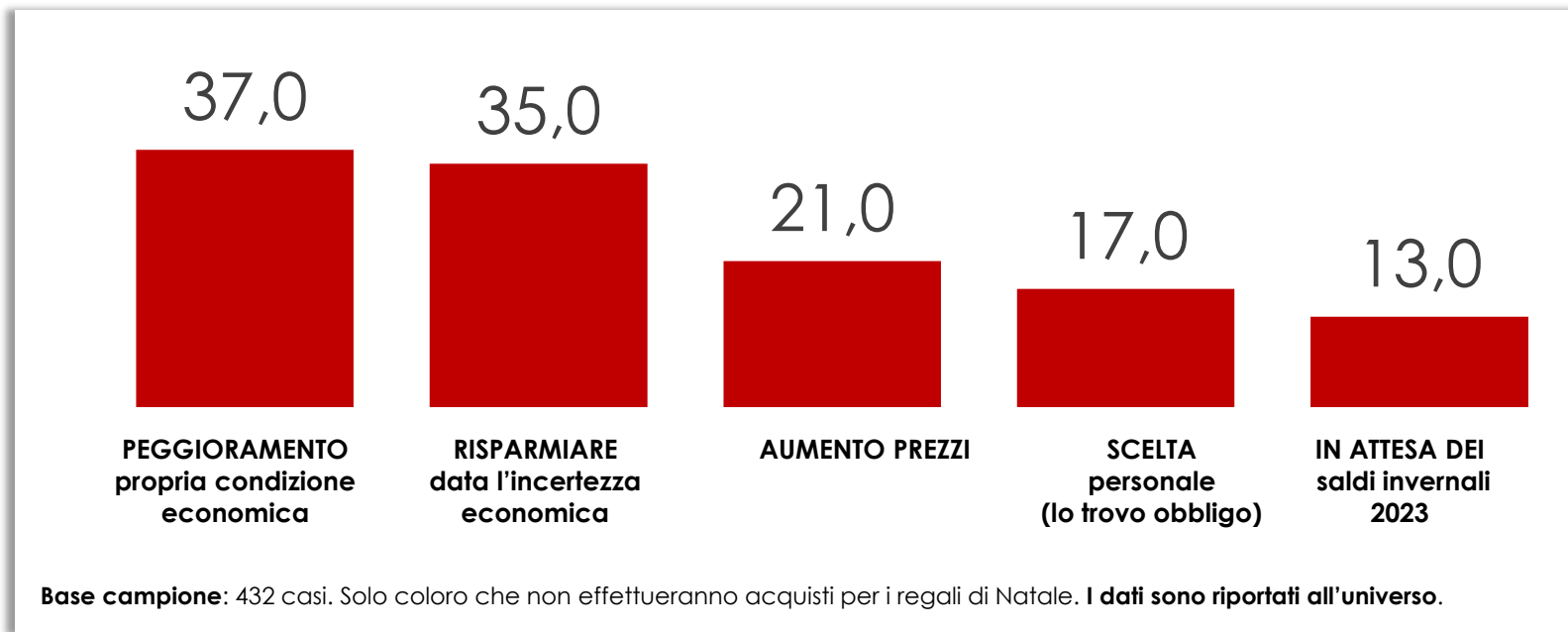


72,0%
FARANNO ACQUISTI
per i regali di Natale

(era il 75,0% nel
2021)



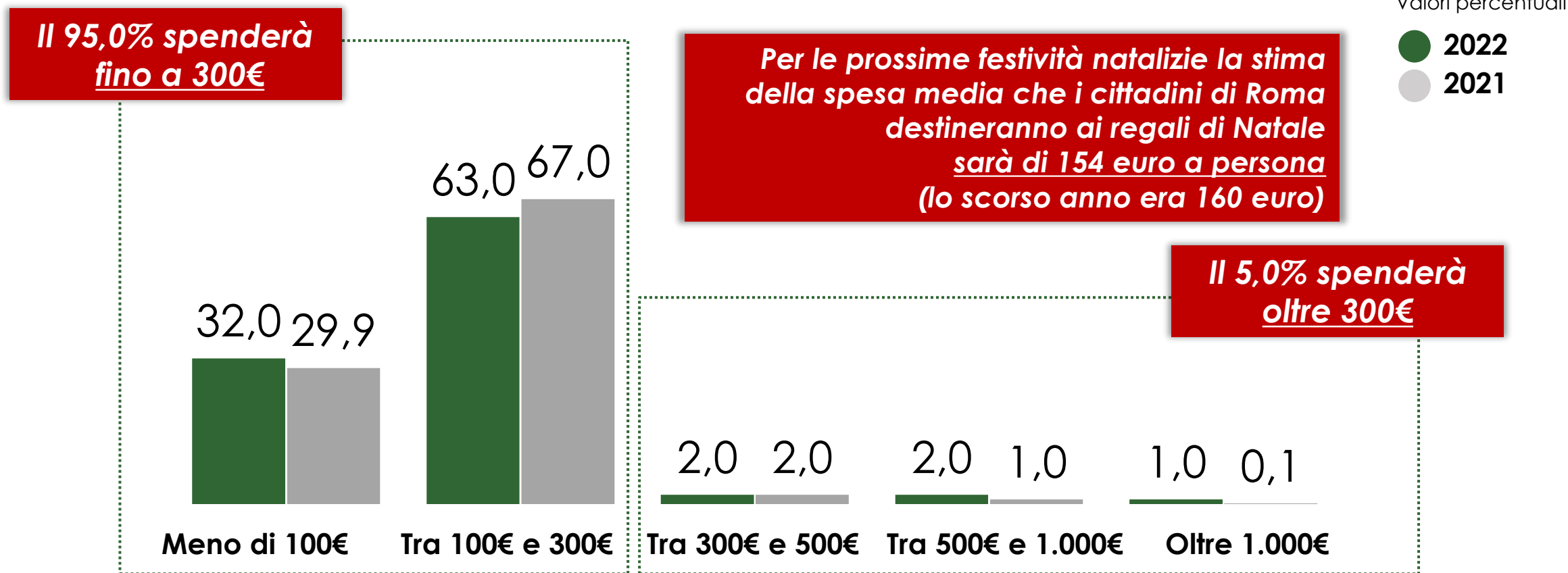
La ragione prevalente per cui non faranno acquisti



Base campione: 1.400 casi. I dati sono riportati all'universo.

Budget di spesa | I consumatori di Roma spenderanno un po' meno rispetto allo scorso anno: per le prossime festività natalizie la stima della spesa media sarà di 154 euro a persona (lo scorso anno era 160 euro).

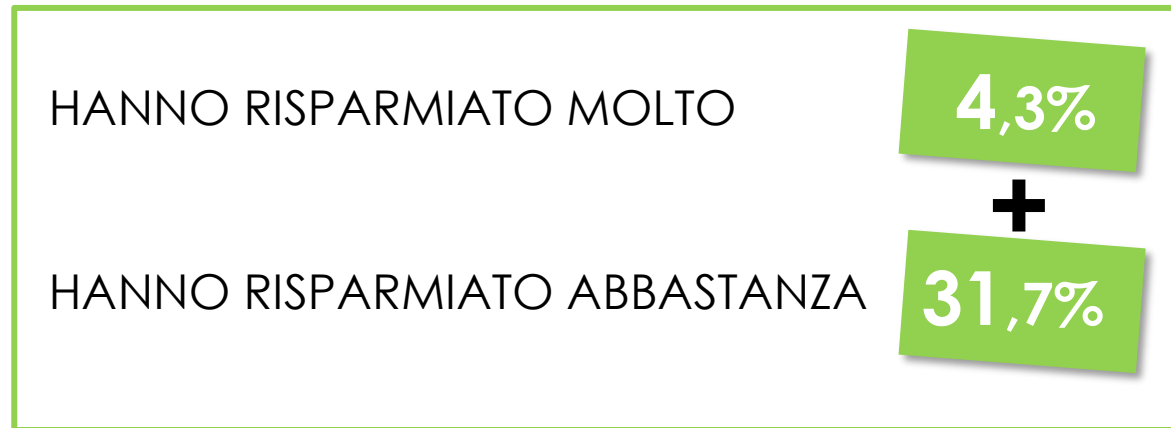
Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2021?



Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Quanto hanno risparmiato i consumatori | È pari a 64,0% la quota di coloro che dichiarano di NON AVER RISPARMIATO da inizio anno ad oggi.

Da inizio anno ad oggi, lei ha...?



Cosa si regalerà | Prodotti enogastronomici, capi di abbigliamento, libri ed ebook saranno i prodotti maggiormente acquistati per il prossimo Natale.

Valori percentuali	2022	2021	VARIAZIONE 2022 su 2021
Prodotti enogastronomici	80,0	85,1	-5,1 ↓
Capi di abbigliamento	59,0	54,8	4,2 ↑
Libri ed ebook	44,0	49,7	-5,7 ↓
Giocattoli	40,0	43,1	-3,1 ↓
Carte regalo	40,0	44,4	-4,4 ↓
Trattamenti di bellezza	28,0	27,7	0,3 ↑
Vino e liquori	23,2	26,7	-3,5 ↓
Prodotti per la cura della persona	26,9	25,2	1,7 ↑
Prodotti per animali	23,0	16,5	6,5 ↑
Smartphone	19,8	16,2	3,6 ↑
Giochi elettronici	19,0	21,7	-2,7 ↓
Computer, Accessori PC	16,0	23,0	-7,0 ↓
Abbonamenti streaming	17,0	18,8	-1,8 ↓
Articoli per la casa	14,5	13,9	0,6 ↑
Prodotti per la pratica sportiva	11,7	13,3	-1,6 ↓
Gioielli	11,5	8,0	3,5 ↑
Calzature	11,2	14,3	-3,1 ↓
Viaggi e pacchetti prepagati	11,1	6,1	5,0 ↑
Film, dvd e musica digitale	11,0	23,2	-12,2 ↓
Biglietti per concerti e spettacoli	8,3	10,1	-1,8 ↓
Elettrodomestici	6,3	6,9	-0,6 ↓
Tablet, kindle	4,9	5,2	-0,4 ↓









Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che effettueranno acquisti per i regali di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

Gli acquisti online | I consumatori di Roma acquisteranno online principalmente gli abbonamenti streaming e le carte regalo.

(Solo coloro che acquisteranno i regali di Natale) Con riferimento agli articoli che intende acquistare, quali acquisterà principalmente sul web?

Valori percentuali

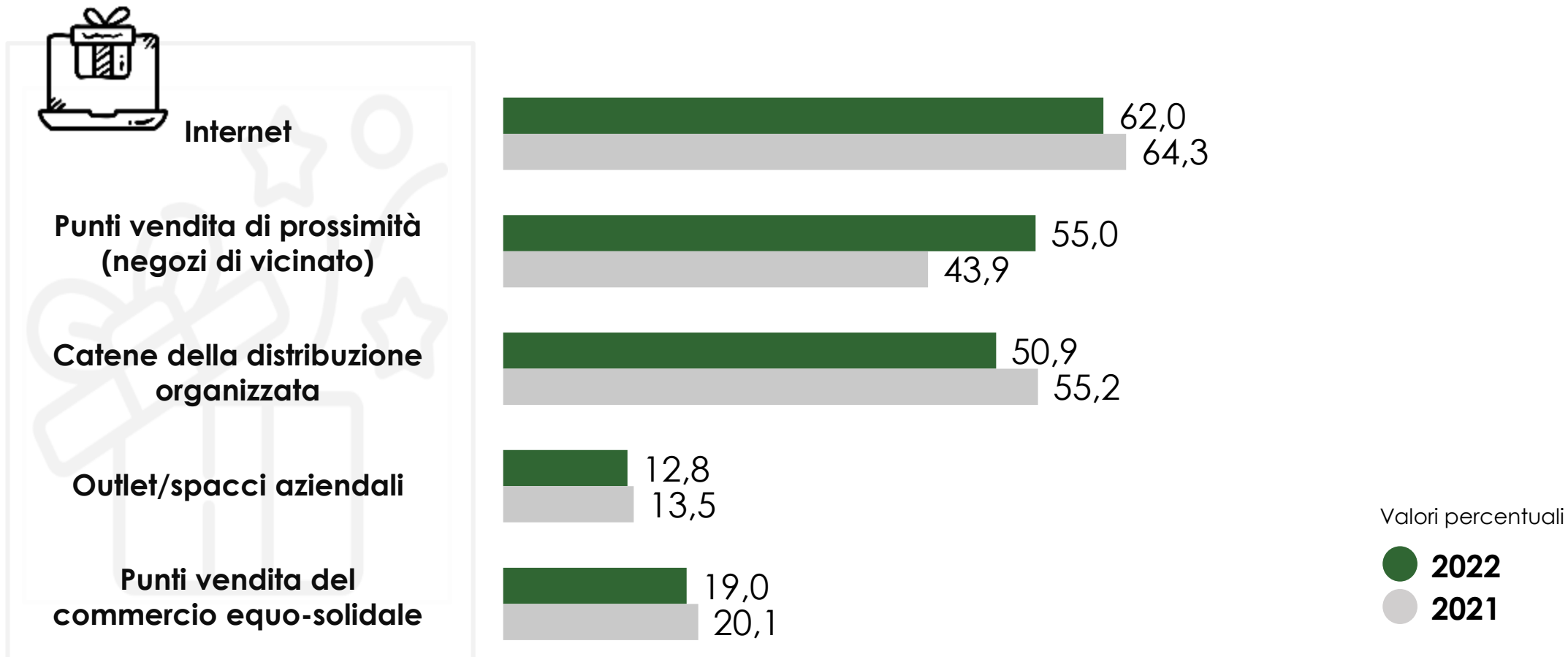
Sono rappresentati i valori superiori alla media (28,0)

	2022	2021	VARIAZIONE 2022 su 2021
 Abbonamenti streaming	73,2	71,4	1,7 ↑
 Carte regalo	71,0	79,6	-8,6 ↓
 Libri ed ebook	67,8	62,7	5,1 ↑
 Prodotti per animali	40,0	38,4	1,6 ↑
 Giocattoli e giochi per bambini	39,0	35,0	4,0 ↑
 Capi di abbigliamento	38,0	42,6	-4,6 ↓
 Film, dvd e musica digitale	33,0	38,0	-5,0 ↓
 Prodotti per la cura della persona	31,0	29,0	2,0 ↑

Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che acquisteranno i regali di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

I canali di acquisto | Internet si conferma il canale principale per l'acquisto dei regali di Natale (62,0%). Seguono i punti vendita di prossimità.

Presumibilmente, dove effettuerà i Suoi acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

In che periodo si acquistano i regali | Quasi sette intervistati su dieci si recheranno ad acquistare i regali di Natale nella prima metà di dicembre (69,2%).

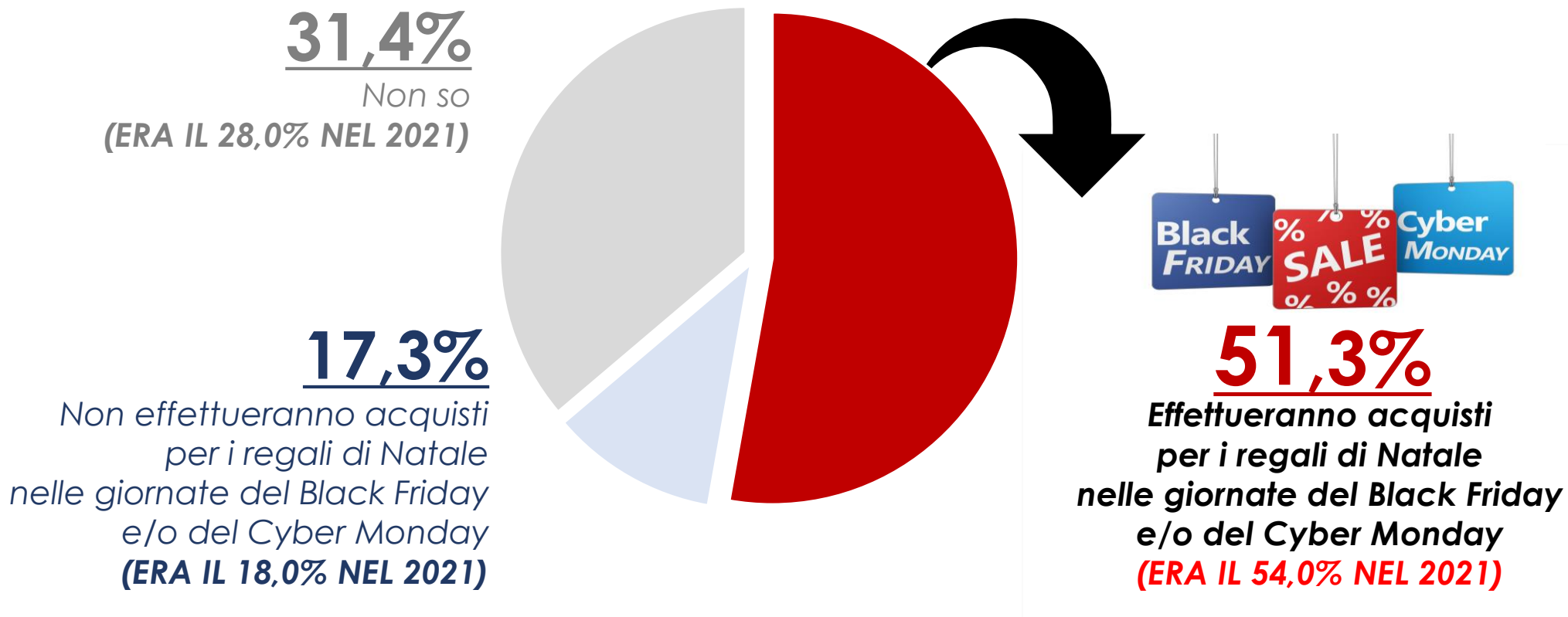
In che periodo si reca solitamente a fare acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

L'acquisto dei regali di Natale nel BF/CM | Un intervistato su due acquisterà i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday (51,3%). Di contro, il 31,4% si dichiara ancora indeciso ed il 17,3% non approfitterà delle campagne scontistiche per acquistare regali.

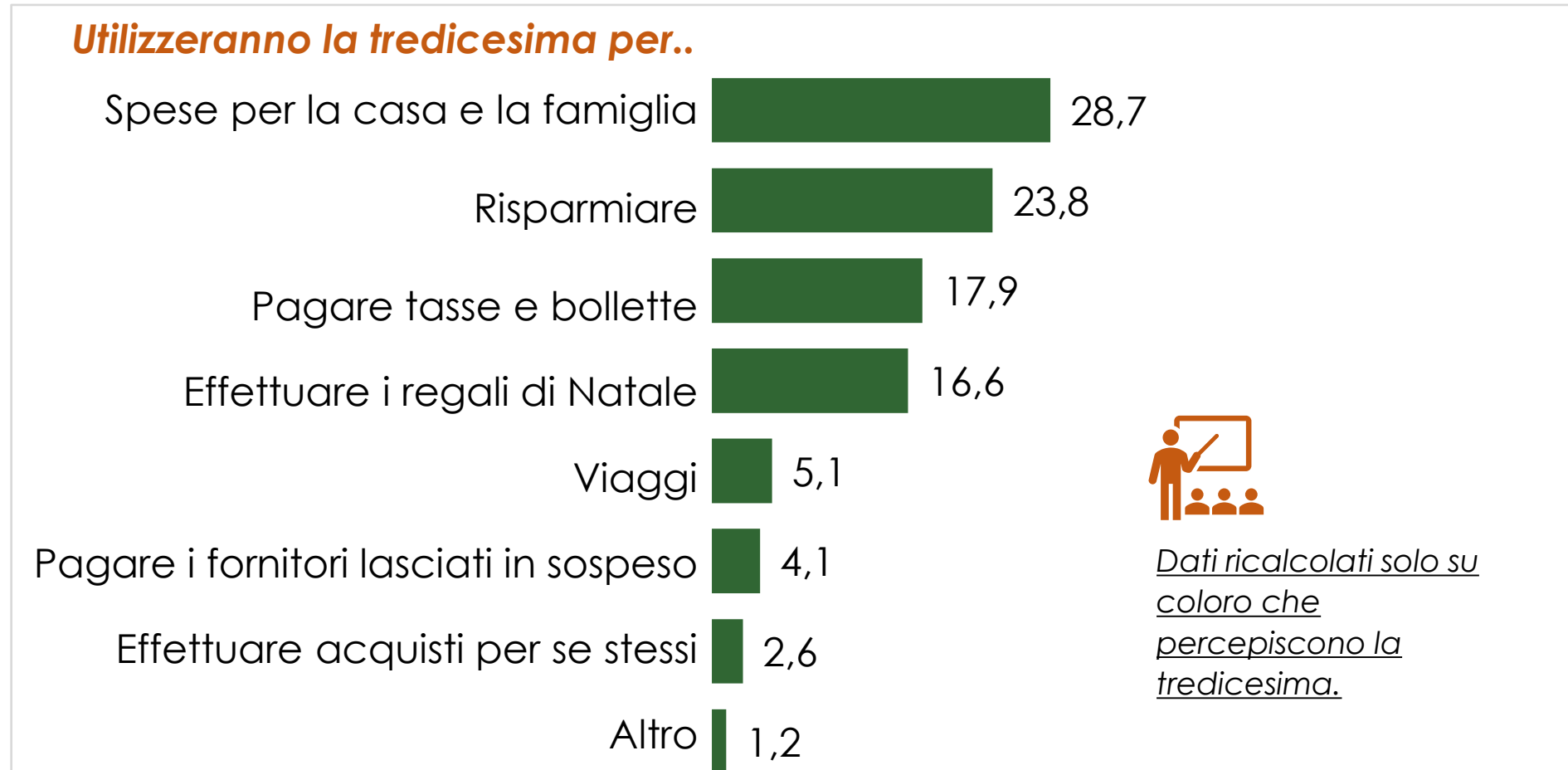
Pensa di effettuare i Suoi acquisti per i regali di Natale nelle giornate del Black Friday (venerdì 25 novembre) e/o del Cyber Monday (lunedì 28 novembre)?



Base campione: 1.008 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Tredicesima | Oltre il 20% degli intervistati impiegherà la tredicesima per far fronte alle spese di casa/famiglia (28,7%) e per risparmiare (23,8%). Il 16,6% la impiegherà per comprare i regali di Natale.

Come pensa di utilizzare in prevalenza la tredicesima?



Cosa rappresentano i regali di Natale | Quattro intervistati su dieci considerano i regali di Natale una spesa necessaria che fa piacere affrontare (41,3%). Il 33,7% li ritiene una spesa di cui farebbe volentieri a meno ed il 25,0% una spesa che è obbligato ad affrontare.

Lei considera gli acquisti per i regali di Natale... ?



Una spesa necessaria
che mi è sempre **piaciuto affrontare**



Una spesa necessaria
ma di cui **farei volentieri a meno**



Una spesa del tutto inutile
ma che devo affrontare



Metodo | Scheda tecnica della ricerca.

COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia di Roma.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine di opinione sui consumi dei cittadini della provincia di Roma in occasione delle prossime festività natalizie 2022.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo della popolazione della provincia di Roma di età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (Città Metropolitana di Roma).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

n. 1.400 casi (1.400 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 1.206 (36,2%); "Rifiuti": 721 (21,7%); "Sostituzioni": 1.927 (57,9%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,1\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici della provincia di Roma.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*) e Cawi (*Computer assisted web interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 17 al 21 novembre 2022.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

DIRETTORE DELLA RICERCA E STAFF

Dott. Pierluigi Ascani
Dott.ssa Ludovica Gervasio

Metodo | Universo rappresentato e struttura del campione

Universo di riferimento

	Roma		Totale
	Maschi	Femmine	
18-24 anni	144.450	134.272	278.722
25-34 anni	220.282	212.220	432.502
35-44 anni	269.473	276.793	546.266
45-54 anni	341.255	369.478	710.733
55-64 anni	301.392	333.323	634.715
>64 anni	403.375	545.603	948.978
Totale	1.680.227	1.871.689	3.551.916

Fonte: Istat 2022

Campione realizzato

	Roma		Totale
	Maschi	Femmine	
18-24 anni	84	84	168
25-34 anni	84	84	168
35-44 anni	83	83	166
45-54 anni	83	83	166
55-64 anni	83	83	166
>64 anni	83	83	166
Totale	500	500	1.000

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2022 © Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

www.formatresearch.com
Membro: Assim, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia
format@pec.formatbusinessintelligence.com
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.