



Con il Contributo  
Camera di Commercio  
Roma



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

Rapporto di ricerca

Roma, 22 novembre 2023 (2023-061aw/05)



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

ROMA



# Agenda



**PRESENTAZIONE**



**CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI**



**IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI DI ROMA**



**LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI**



**CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA**



**DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE**



**METODO E BACK UP**

## Presentazione | Premessa.

Questo documento presenta i risultati dell' «Osservatorio Economico Confcommercio Roma: indagine sui consumatori», realizzato da Format Research per conto di **Confcommercio Roma** nel mese di novembre 2023.

Obiettivi del lavoro: fornire dati ed informazioni sul sentiment dei consumatori della città di Roma circa il prossimo Natale, le intenzioni di acquisto e le intenzioni di spesa dei consumatori di Roma in occasione delle prossime festività natalizie. La tipologia di regali acquistati, i canali di acquisto, il budget destinato ai regali e la disponibilità di spesa delle famiglie.

L'indagine svolta con Sistema Cati e Cawi è stata rivolta ai consumatori della città di Roma (*n. 1.000 interviste*).

I risultati dell'indagine sono stati organizzati nei seguenti kit di contenuti:

- 1) Il sentiment dei consumatori di Roma
- 2) La tipologia di acquisti
- 3) I canali di acquisto e il budget destinato ai regali di Natale
- 4) La disponibilità di spesa delle famiglie.

Le interviste sono state realizzate tra il 26 ed il 31 ottobre 2023.

## Considerazioni generali di sintesi |

**NON SI PREVEDE A ROMA UN CALO DEGLI ACQUISTI PER I REGALI DEL NATALE 2023. AUMENTA LEGGERMENTE LA PERCENTUALE DEI ROMANI CHE FARANNO GLI ACQUISTI PER NATALE RISPETTO AL 2022 E AUMENTA IL VALORE DELLA SPESA PER GLI ACQUISTI, LARGAMENTE INCREMENTATA TUTTAVIA DALL'AUMENTO DEI PREZZI DOVUTO ALLA SPIRALE INFLATTIVA**

COME LO SCORSO ANNO SI ACQUISTERANNO PRODOTTI ENOGASTRONOMICI E CAPI DI ABBIGLIAMENTO. AUMENTANO SIGNIFICATIVAMENTE NEL 2023 COLORO CHE REGALERANNO PRODOTTI INFORMATICI, GIOIELLI E PREZIOSI, ABBONAMENTI PER PIATTAFORME STREAMING. IN AUMENTO IL RICORSO DEI ROMANI AI PUNTI DI VENDITA TRADIZIONALI PER EFFETTUARE GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE: NEGOZI DEI GRANDI CENTRI COMMERCIALI E NEGOZI DI VICINATO.

Le attese dei consumatori romani verso il Natale 2023 non sono molto diverse rispetto a quelle che erano state registrate un anno fa, anche se la percentuale di coloro che faranno più acquisti aumenta leggermente rispetto al 2022. Secondo l'80% il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa, ovvero i romani faranno meno acquisti, Lo scorso anno tale percentuale era pari all'83,3%. In sintesi, nonostante il peggioramento del clima di fiducia, dovuto all'inflazione e al peggioramento delle condizioni economiche delle famiglie, i romani non si sottrarranno alla tradizione degli acquisti per i regali di Natale, anzi in qualche modo la percentuale di coloro che li effettueranno aumenterà leggermente. In controluce non è possibile non leggere una certa stanchezza nei confronti della tradizione, che alcuni cominciano a considerare soltanto come un rituale al quale si sarebbe costretti. Il 39% circa dei romani ritiene gli acquisti di Natale "una spesa necessaria ma della quale farebbe volentieri a meno". Coloro che la pensavano in questo modo lo scorso anno erano il 33,7%. Pur non disponendo di evidenze empiriche sufficienti per affermarlo, è ragionevole affermare che il momento che stiamo vivendo caratterizzato da forti tensioni sul piano internazionale, difficoltà economiche delle famiglie, il susseguirsi di fatti di cronaca nera dei quali si apprende dagli organi di informazione, abbassino l'orizzonte di fiducia con il quale le persone si sentono di guardare al futuro ed alle feste. I romani acquisteranno in vista del Natale 2023 in prevalenza prodotti enogastronomici, capi di abbigliamento, giocattoli, carte regalo e buoni regalo digitali. Rispetto allo scorso anno le tipologie di acquisti che faranno registrare gli aumenti più consistenti sono i preziosi ed i gioielli, i computer, gli accessori per PC e l'informatica più in generale, gli abbonamenti alle piattaforme streaming, i giocattoli e le calzature. Rispetto al 2022 invece si acquisteranno di meno i libri, i prodotti per animali, i vini ed i liquori. I consumatori che acquisteranno i regali di Natale "esclusivamente offline" sono il 25,6%. I punti di vendita tradizionali presso i Grandi Centri Commerciali saranno utilizzati dal 65,3% dei consumatori. Effettueranno i propri acquisti nei negozi di vicinato quasi il 52% dei romani. L'86,6% dei consumatori spenderanno per gli acquisti per i regali di Natale fino a 300 euro, mentre il 13,4% spenderanno oltre 300 euro. La spesa media per i regali di Natale sarà di 194 euro (stima).

## Considerazioni generali di sintesi |

Le attese dei consumatori romani verso il Natale 2023 ormai alle porte non sono molto diverse rispetto a quelle che erano state registrate un anno fa. **Secondo l'80% il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa, ovvero i romani faranno meno acquisti. Lo scorso anno la percentuale era stata pari all'83,3%.** Coloro che ritengono che il Natale sarà vissuto allo stesso modo del 2022 sono circa il 17% mentre il restante 3% ritiene che il Natale in maniera meno dimessa, ovvero i consumatori faranno più acquisti rispetto all'anno precedente (nel 2022 tale percentuale era pari al 2,4%). In generale si ritiene che la percentuale dei romani che effettueranno gli acquisti per i regali di Natale risulterà leggermente in aumento rispetto al Natale 2022.

**Le ragioni di un Natale vissuto in maniera dimessa hanno a che fare in via prevalente con la riduzione del potere di acquisto dei consumatori:** i romani faranno meno acquisti per i regali di Natale a causa dell'aumento dei costi della spesa alimentare, dell'aumento del costo delle bollette, dei problemi economici che un anno di alta inflazione hanno prodotto sui bilanci delle famiglie. Il peso dell'aumento dei costi della spesa alimentare preoccupa in prevalenza le fasce centrali del campione, le famiglie giovani in qualche modo. La preoccupazione per l'aumento del costo delle bollette è più accentuata presso le fasce dei consumatori più avanti negli anni.

In aumento la percentuale di coloro che faranno acquisti di Natale rispetto al 2022: il 74% dei cittadini romani farà regali di Natale. Circa il 39% dei romani ritiene gli acquisti di Natale una spesa necessaria ma di cui farebbe volentieri a meno. Coloro che la pensavano in questo modo lo scorso anno erano il 33,7%. Diminuiscono coloro che affermano che siano una spesa necessaria ma che affrontano con piacere: 35,5% contro il 41,3% dello scorso anno. Si conferma attorno al 25% la percentuale dei consumatori che ritiene questa spesa del tutto inutile. Non abbiamo sufficienti evidenze empiriche per affermarlo, tuttavia è quanto meno ragionevole pensare che **il peggioramento della fiducia dei consumatori a sua volta provocato dalla riduzione del potere di acquisto stia probabilmente generando un atteggiamento di minore apertura (forse di maggiore cinismo) nel modo con il quale i consumatori guardano agli acquisti per i regali di Natale.** L'analisi per fasce di età dei consumatori può forse aiutare a comprendere i fenomeni in atto: a continuare a "sperare" sono in prevalenza i consumatori più giovani, l'idea che il Natale sia "una spesa necessaria e che mi è sempre piaciuto affrontare" è accentuata presso coloro che hanno tra i 18 ed i 24 anni (sono il 58,6% contro una media pari al 35,5%); presso le famiglie, presso coloro che hanno tra i 25 ed i 54 anni, e che come abbiamo visto sono risultate più esposte alla riduzione del proprio potere di acquisto, prevale l'opinione secondo la quale gli acquisti per i regali di Natale sono «una spesa necessaria ma di cui oggi si farebbe volentieri a meno».

## Considerazioni generali di sintesi |

I romani acquisteranno in vista del Natale 2023 in prevalenza prodotti enogastronomici, capi di abbigliamento, giocattoli, carte regalo e buoni regalo digitali. **Rispetto allo scorso anno le tipologie di acquisti che faranno registrare gli aumenti più consistenti sono i preziosi ed i gioielli, i computer, gli accessori per PC e l'informatica più in generale, gli abbonamenti alle piattaforme streaming, i giocattoli e le calzature.** Rispetto al 2022 invece si acquisteranno di meno i libri, i prodotti per animali, i vini ed i liquori. I consumatori che acquisteranno i regali di Natale esclusivamente «offline» sono il 25,6%, mentre coloro che acquisteranno esclusivamente sul web sono il 16,2%. La percentuale di coloro che acquisteranno i regali sia su internet sia presso i canali di vendita tradizionali è pari al 58,2%. Complessivamente i romani che effettueranno i propri acquisti per i regali di Natale sul Web (in via esclusiva e non) sono il 74,4%. Lo scorso anno erano stati il 62,0%. **I punti di vendita tradizionali presso Grandi Centri Commerciali saranno utilizzati dal 65,3% dei consumatori (lo scorso anno erano stati indicati dal 50,9%). Effettueranno i propri acquisti presso i cosiddetti negozi di vicinato quasi il 52% dei rispondenti**, una percentuale analoga a quella che era stata registrata nel 2022. Quasi il 50% dei consumatori della città di Roma effettuerà acquisti per i regali di Natale in occasione del Black Friday e/o Cyber Monday.

**L'86,6% dei consumatori spenderanno per gli acquisti per i regali di Natale fino a 300 euro, mentre il 13,4% spenderanno oltre 300 euro (erano il 5% nel 2022):** aumenta quindi il budget che i consumatori pensano di spendere per i regali del Natale 2023. La spesa media per i regali di Natale del resto sarà di 194 euro contro i 154 euro per persona del 2022. Si fa spazio l'idea secondo la quale da una parte la maggior parte dei consumatori (oltre l'86%), pur facendo sostanzialmente gli acquisti dello scorso anno, si aspetta di spendere di più rispetto al 2022, alla luce di quanto avvenuto nell'anno che si sta per concludere in termini di aumento dei prezzi, mentre da un'altra i consumatori a maggiore capacità di spesa, o sui quali l'aumento dei prezzi ha impattato meno sul proprio potere di acquisto, tenderanno a spendere di più rispetto allo scorso anno.

Nel corso del 2023 è diminuita la capacità di risparmio dei consumatori romani: coloro che hanno risparmiato molto o abbastanza sono stati il 31,4% contro il 36% del 2022. Aumenta rispetto al 2022 la percentuale delle famiglie che dedicheranno la tredicesima 2023 al pagamento di tasse e bollette (23,3% contro il 17,9% dello scorso anno). Coloro che utilizzeranno la tredicesima destinandola al risparmio nel 2023 saranno il 15,9% contro il 23,8% del 2022, mentre coloro che utilizzeranno la tredicesima per i regali di Natale (2023) saranno il 20,2% contro il 16,6% del 2022. In sintesi la capacità di spesa dei consumatori romani, erosa dall'inflazione, costringe le famiglie a dedicare più risorse rispetto al passato alle cosiddette "spese obbligate" (bollette, tasse, etc) e meno al risparmio.

**La fiducia dei consumatori** | Secondo l'80% il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa, ovvero i romani faranno meno acquisti. Coloro che ritengono che il Natale sarà vissuto allo stesso modo del 2022 sono circa il 17% mentre il restante 3% ritiene che il Natale in maniera meno dimessa, ovvero i consumatori faranno più acquisti rispetto all'anno precedente.

Natale 2023 è ormai alle porte. Lei con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?

## «RISPETTO AL NATALE 2023, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»

**80,0%**

**IN MANIERA PIÙ  
DIMESSA,**

ovvero i consumatori della  
città di Roma faranno meno  
acquisti  
(nel 2022 era 83,3%)

17,1%



**ALLO STESSO MODO,**

ovvero i consumatori della  
città di Roma acquisteranno  
come a Natale 2022

(nel 2022 era 14,3%)

2,9%



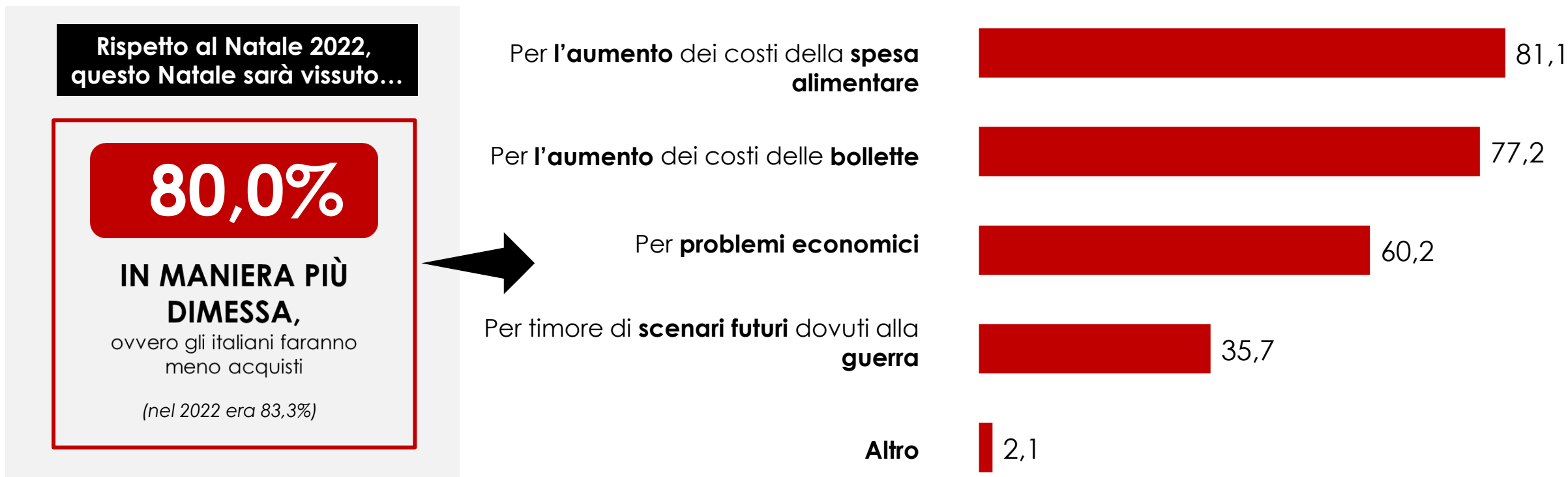
**IN MANIERA MENO  
DIMESSA,**

ovvero i consumatori della  
città di Roma faranno più  
acquisti  
(nel 2022 era 2,4%)

Base campione: 1.352 casi. I dati sono riportati all'universo.

**La fiducia dei consumatori** | Le ragioni di un Natale vissuto in maniera dimessa hanno a che fare con la riduzione del potere di acquisto: i romani faranno meno acquisti a causa dell'aumento dei costi della spesa alimentare, dell'aumento del costo delle bollette, dei problemi economici che un anno di alta inflazione hanno prodotto sui bilanci delle famiglie.

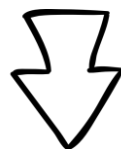
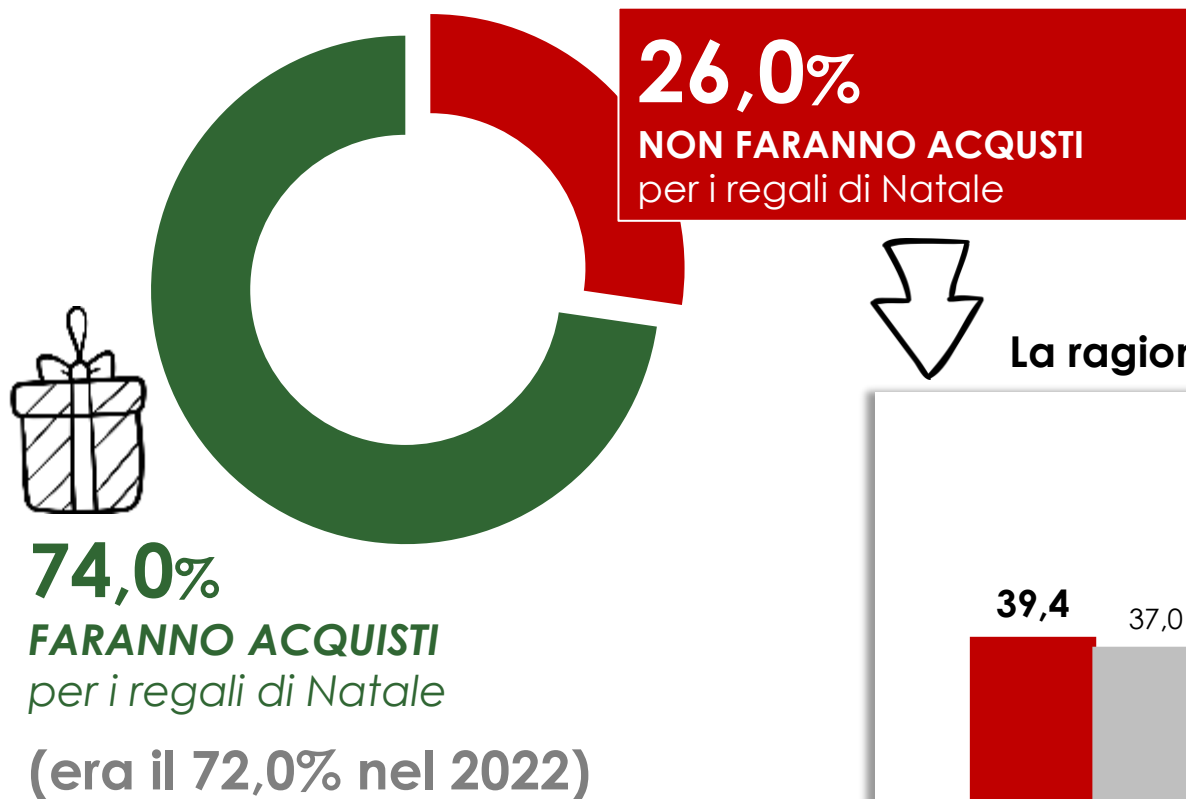
(Solo per coloro che ritengono che il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa) Per quali motivi ritiene che questo Natale sarà peggiore rispetto a quello dello scorso anno?



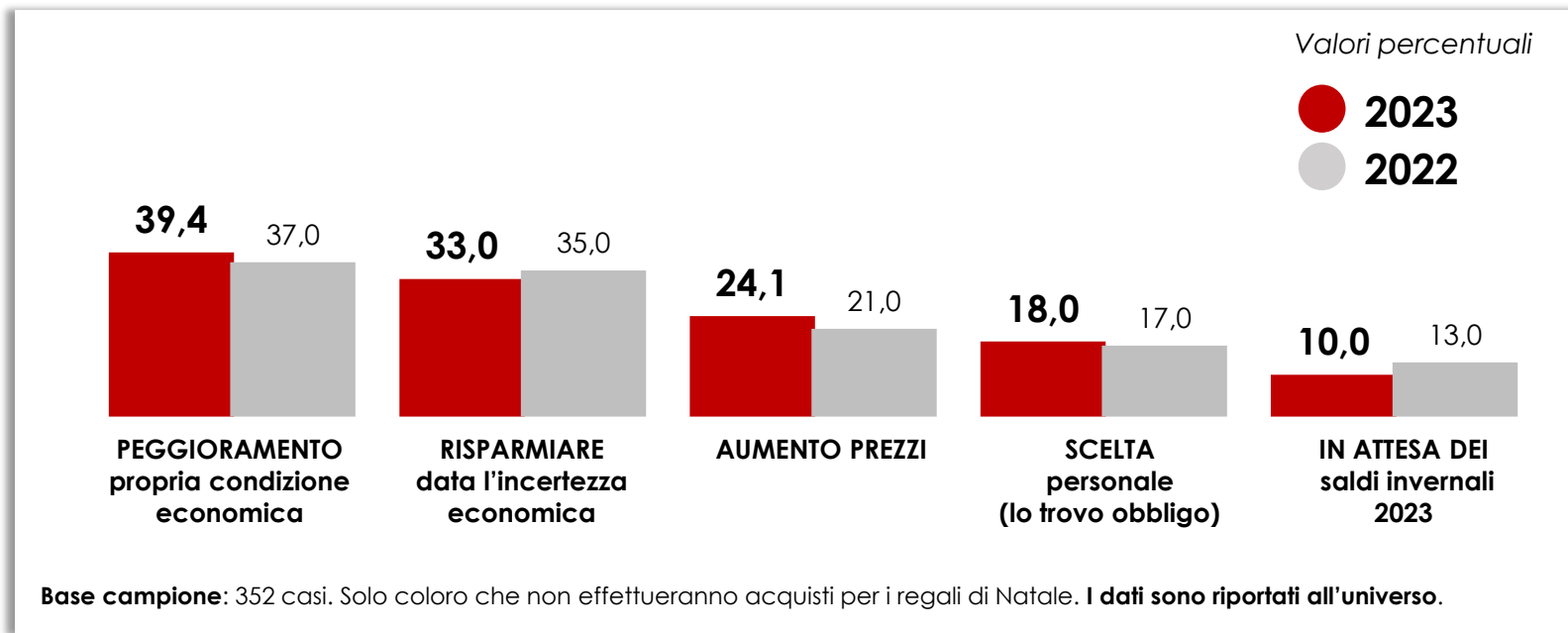
Base campione: 1.082 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.



# Propensione all'acquisto | In aumento la percentuale di coloro che faranno acquisti di Natale rispetto al 2022: il 74% dei cittadini romani farà regali di Natale.



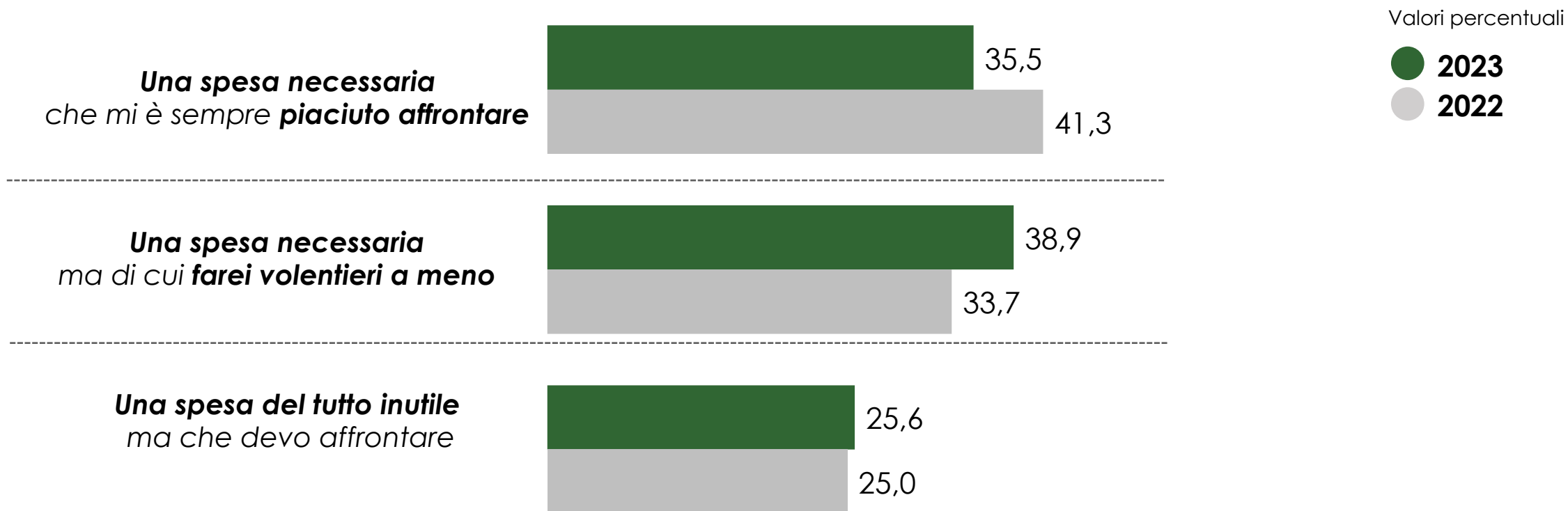
## La ragione prevalente per cui non faranno acquisti



Base campione: 1.352 casi. I dati sono riportati all'universo.

**Cosa rappresentano i regali di Natale** | Circa il 39% dei romani ritiene gli acquisti di Natale una spesa necessaria ma di cui farebbe volentieri a meno. Diminuiscono coloro che affermano che siano una spesa necessaria ma che affrontano con piacere: 35,5% contro il 41,3% dello scorso anno. Si conferma attorno al 25% la percentuale dei consumatori che ritiene questa spesa del tutto inutile.

**(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale)** Lei considera gli acquisti per i regali di Natale... ?



Base campione: 1.000 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

# Cosa si regalerà | Tra i prodotti per i quali si prospetta un maggiore acquisto, spiccano quelli enogastronomici, seguiti da capi d'abbigliamento, giocattoli e carte e buoni regalo.

Pensi ora ai regali che farà in vista delle prossime festività natalizie. Quali articoli pensa di acquistare?

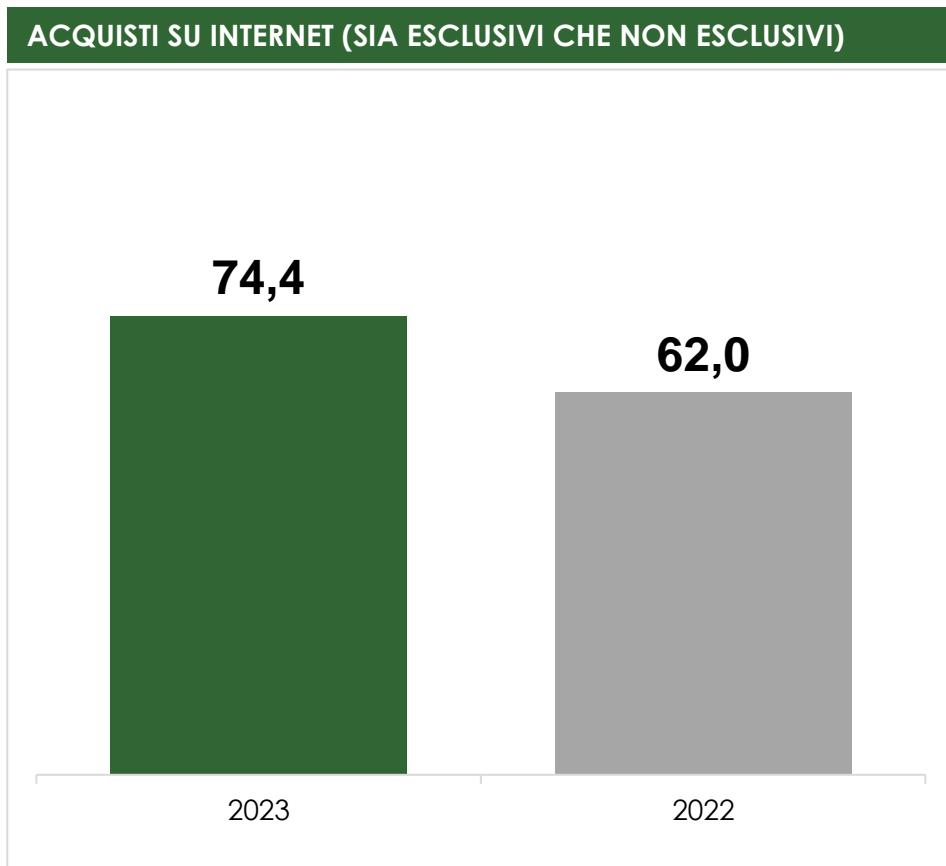
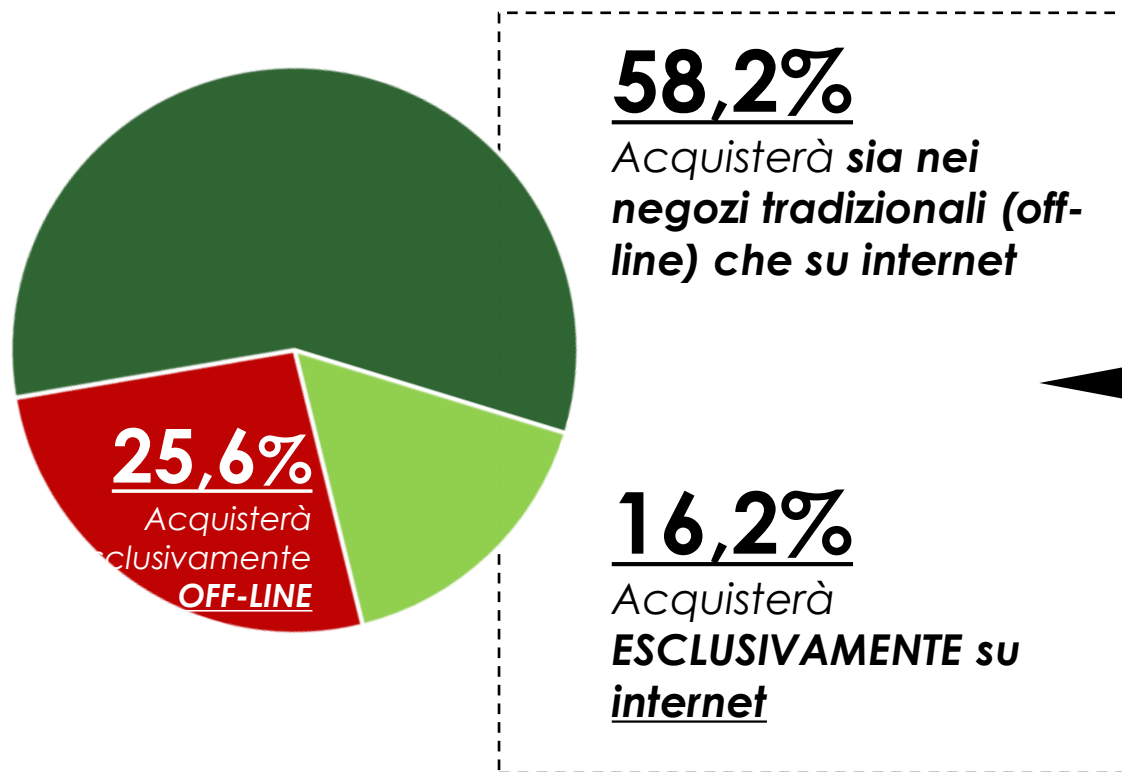
	2023	2022	VARIAZIONE 2023 su 2022
Prodotti enogastronomici	82,8	80,0	2,8
Capi di abbigliamento	62,3	59,0	3,3
Giocattoli e giochi per bambini	45,0	40,0	5,0
Carte regalo o buoni regalo digitali	42,4	40,0	2,4
Libri ed ebook	38,0	44,0	-6,0
Trattamenti di bellezza	34,0	28,0	6,0
Prodotti per la cura della persona	28,1	26,9	1,2
Abbonamenti a piattaforme di streaming	23,2	17,0	6,2
Smartphone	22,9	19,8	3,1
Computer, Accessori PC	22,8	16,0	6,8
Giochi elettronici	22,0	19,0	3,0
Vino e liquori	21,1	23,2	-2,1
Prodotti per animali	19,3	23,0	-3,7
Gioielli	18,7	11,5	7,2
Calzature	16,2	11,2	5,0
Articoli per la casa	15,2	14,5	0,7
Viaggi e pacchetti prepagati	12,0	11,1	0,9
Prodotti per la pratica sportiva	10,6	11,7	-1,1
Film, dvd e musica digitale	10,0	11,0	-1,0
Biglietti per concerti e spettacoli	7,9	8,3	-0,4
Elettrodomestici	7,2	6,3	0,9
Tablet, kindle	4,2	4,9	-0,7

Valori percentuali

Base campione: 1.000 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

**I canali di vendita |** I consumatori che acquisteranno esclusivamente «offline» sono il 25,6%, coloro che acquisteranno esclusivamente sul web sono il 16,2%. La percentuale di coloro che acquisteranno sia su internet sia presso i canali tradizionali è pari al 58,2%. Complessivamente i romani che utilizzeranno il Web (in via esclusiva e non) sono il 74,4%. Lo scorso anno erano stati il 62,0%

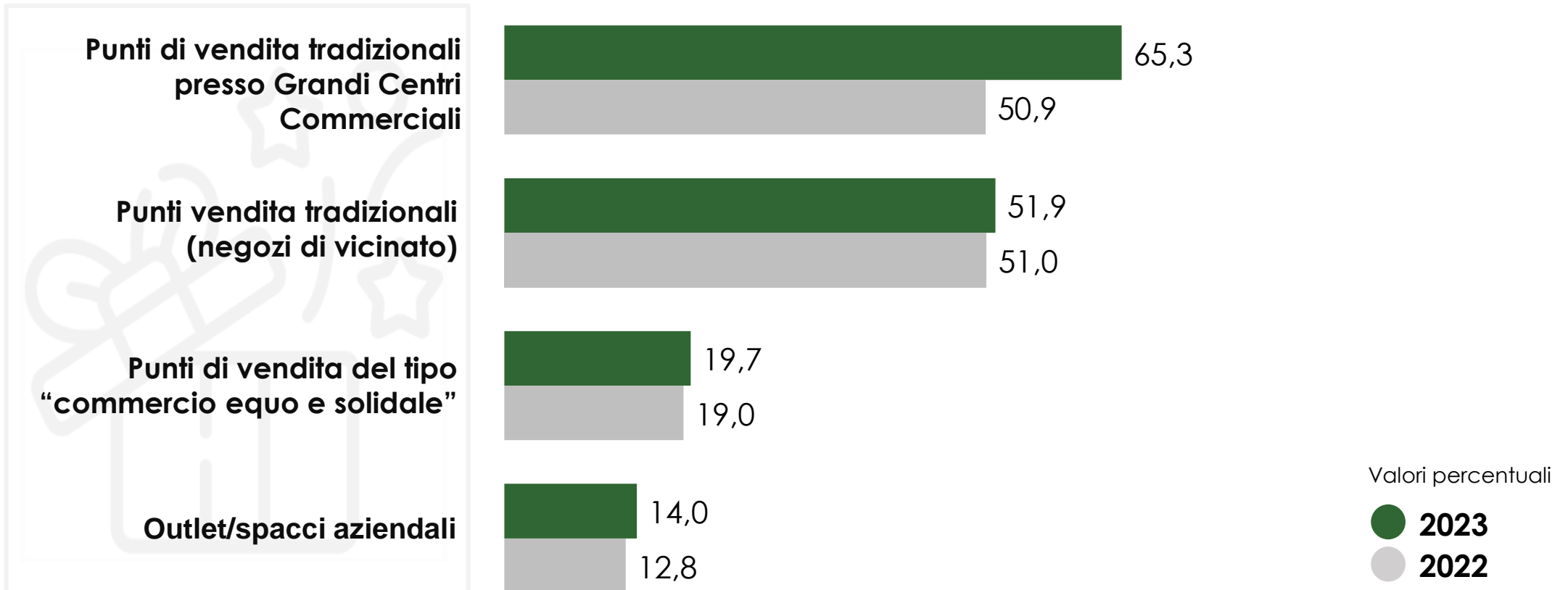
Presumibilmente, dove effettuerà i Suoi acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 1.000 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

**I canali di vendita | I punti di vendita tradizionali presso Grandi Centri Commerciali saranno utilizzati dal 65,3% dei consumatori (lo scorso anno erano stati indicati dal 50,9%). Effettueranno i propri acquisti presso i cosiddetti negozi di vicinato quasi il 52% dei rispondenti, una percentuale analoga a quella che era stata registrata nel 2022.**

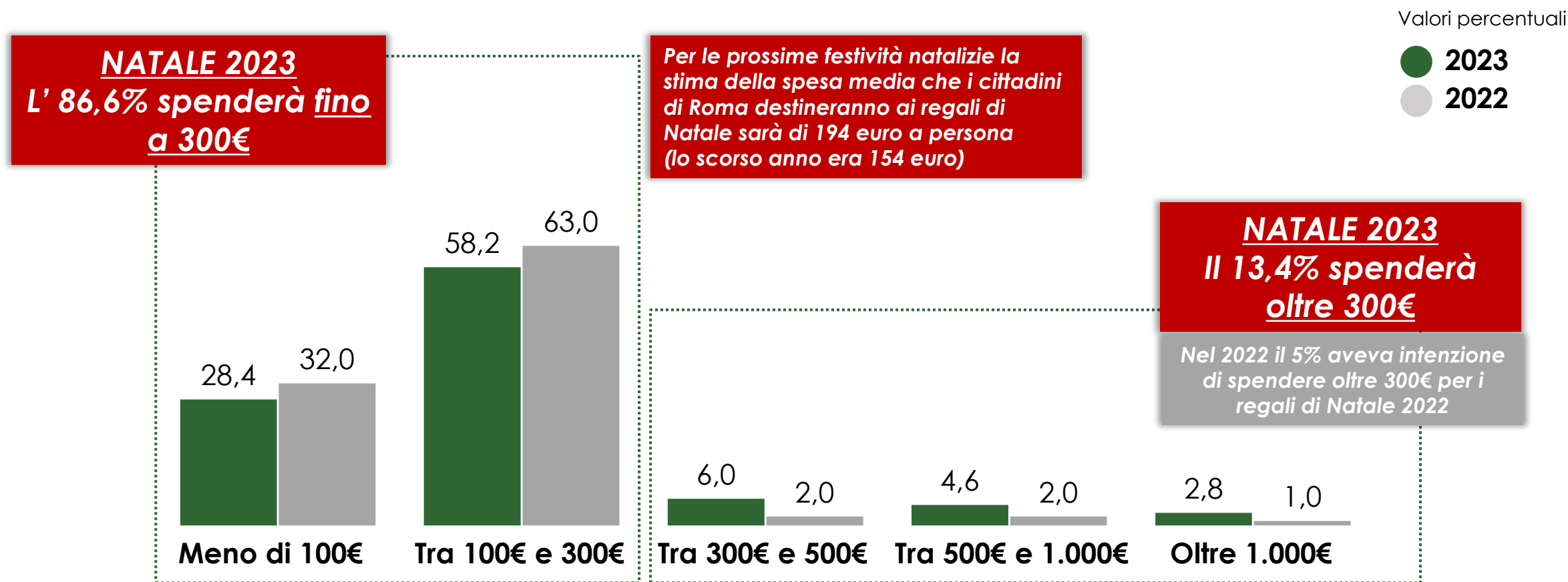
Presumibilmente, dove effettuerà i Suoi acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 1.000 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.

**Budget di spesa** | L'86,6% dei consumatori ritengono che spenderanno per gli acquisti per i regali di Natale fino a 300 euro, mentre il 13,4% spenderanno oltre 300 euro. Nel corso del 2022 coloro che avevano dichiarato che avrebbero oltre 300 euro erano stati il 5%: aumenta quindi il budget che i consumatori pensano di spendere per i regali del Natale 2023.

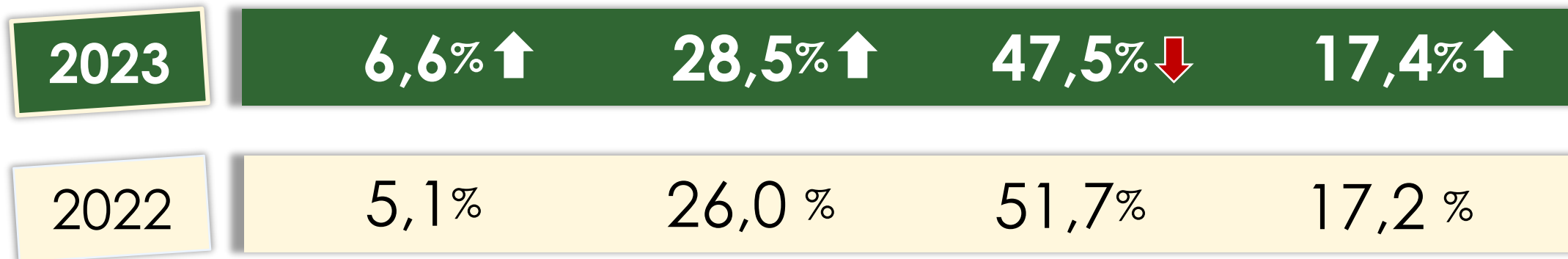
Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2023?



Base campione: 1.000 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

**In che periodo si acquistano i regali** | Circa la metà dei rispondenti si recherà ad acquistare i regali di Natale nella prima metà di dicembre (47,5%). In risalita rispetto all'anno scorso la percentuale di coloro i quali effettueranno gli acquisti nella seconda metà di novembre (28,5%).

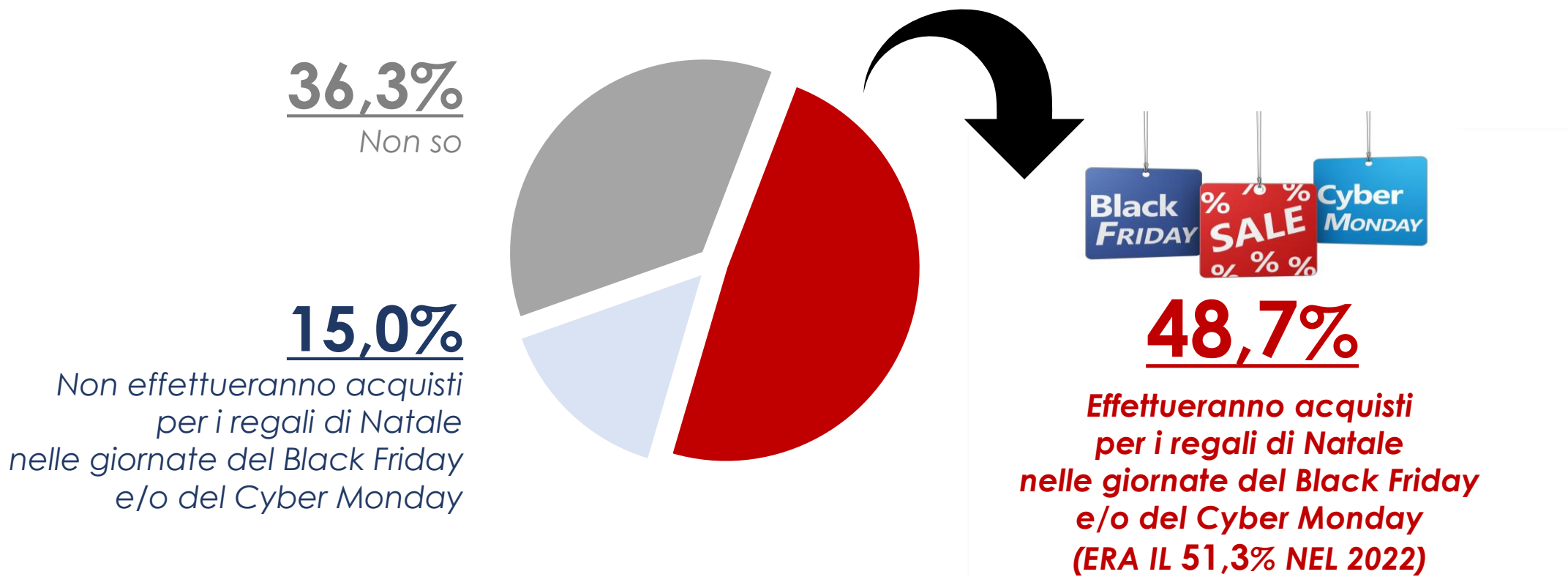
In che periodo si reca solitamente a fare acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 1.000 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 |** Quasi il 50% dei consumatori della città di Roma effettuerà acquisti per i regali di Natale in occasione del Black Friday e/o Cyber Monday. In discesa rispetto al 2022 la percentuale di coloro i quali non approfitteranno degli sconti previsti per queste giornate (15%).

Pensa di effettuare i Suoi acquisti per i regali di Natale nelle giornate del Black Friday (venerdì 24 novembre) e/o del Cyber Monday (lunedì 27 novembre)?



Base campione: 1.000 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.



# Metodo e back up | Scheda tecnica dell'indagine.

## COMMITTENTE

Confcommercio Roma

## AUTORE

Format Research Srl ([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine di opinione sui consumi dei cittadini romani in occasione delle prossime festività natalizie 2023.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo della popolazione residente nella città di Roma in 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).

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva 1.000 casi (=1.000 interviste a buon fine complessive). Anagrafiche "non reperibili" 1.725 (41,6%); "Rifiuti" 942 (22,7%); "Sostituzioni" 2.667 (64,2%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3\%$ ). Fonte delle anagrafiche: Elenchi Telefonici.

## 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 26 al 31 ottobre 2023.

## 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).

## DIRETTORI DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani

Dott.ssa Francesca Ricciardi

## Metodo e back up | Universo rappresentato e struttura del campione.

### Universo dei cittadini residenti a Roma di età superiore a 18 anni

	<i>Maschi</i>	<i>Femmine</i>	<i>Totale</i>
<b>18-24</b>	144.129	134.097	<b>278.226</b>
<b>25-34</b>	218.794	208.502	<b>427.296</b>
<b>35-44</b>	263.934	268.182	<b>532.116</b>
<b>45-54</b>	339.712	362.843	<b>702.555</b>
<b>55-64</b>	312.009	340.937	<b>652.946</b>
<b>&gt; 64</b>	410.149	550.318	<b>960.467</b>
<b>Totale</b>	<b>1.688.727</b>	<b>1.864.879</b>	<b>3.553.606</b>

Fonte: Istat 2023

### Campione realizzato

	<i>Maschi</i>	<i>Femmine</i>	<i>Totale</i>
<b>18-24</b>	86	78	<b>164</b>
<b>25-34</b>	60	84	<b>144</b>
<b>35-44</b>	88	88	<b>176</b>
<b>45-54</b>	92	98	<b>190</b>
<b>55-64</b>	78	96	<b>174</b>
<b>&gt; 64</b>	86	66	<b>152</b>
<b>Totale</b>	<b>490</b>	<b>510</b>	<b>1.000</b>

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.

2023 © 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](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://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](mailto:format@pec.formatbusinessintelligence.com)  
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939  
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.