Format research

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
UNIONE PROVINCIALE DI TREVISO

PREALPI SANBIAGIO
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO - GRUPPO CASSA CENTRALE

Le intenzioni di acquisto dei consumatori di Treviso per il prossimo Natale

Rapporto di ricerca

Treviso, 05 dicembre 2022 (22-281tx/03)

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

Premessa | Presentazione del lavoro.

Questo documento presenta i risultati di un'indagine di opinione da realizzare per conto dell'Unione Provinciale di Treviso sui consumi degli abitanti della provincia di Treviso in occasione delle prossime festività natalizie 2022 .

Obiettivi della ricerca
L'obiettivo dello studio è quello di rilevare, descrivere ed analizzare i comportamenti di acquisto che saranno messi in pratica dai consumatori in occasione delle prossime festività natalizie 2022.

L'indagine svolta con Sistema Cati/Cawi è stata rivolta ai consumatori di età superiore ai 18 anni residenti nella provincia di Treviso (*n. 960 interviste a buon fine*).

Le interviste sono state realizzate dal 20 al 26 novembre 2022.

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

Considerazioni generali di sintesi |

L'85% dei consumatori di Treviso ritiene che **il Natale 2022 sarà vissuto in maniera più dimessa rispetto al 2021**, ovvero i **cittadini effettueranno meno acquisti**. La sfiducia dei consumatori di Treviso per il prossimo Natale è dovuta principalmente **alla preoccupazione per l'aumento dei costi delle bollette**, secondariamente per **quello dei prodotti alimentari**.

Si attesta al 73% la quota di consumatori che hanno dichiarato che faranno acquisti per i regali di Natale nel 2022, la ragione prevalente dei mancati acquisti **è il clima di incertezza che spinge i consumatori al risparmio (31,0%). Si regaleranno in prevalenza: prodotti enogastronomici, libri/ebook, capi di abbigliamento e giocattoli.** I consumatori della provincia di Treviso acquisteranno online in prevalenza: gli abbonamenti streaming e le carte regalo. Il **43% dei rispondenti** considera i regali di Natale una **«spesa necessaria che hanno sempre avuto piacere di fare»**, il 35,5% li ritiene una «spesa necessaria ma della quale fare volentieri a meno». Internet si attesta come il canale principale per l'acquisto dei regali di Natale (**55,9%**). Seguono, a breve distanza (**52,7%**) i punti vendita di prossimità. Il 97% dei consumatori di Treviso **spenderà 300 euro o meno per le prossime festività natalizie**, la stima della spesa media **è pari a 151 euro a persona.**

Oltre otto intervistati su dieci si recheranno ad acquistare i regali di Natale tra novembre e la prima metà di dicembre **(81,1%) mentre il restante 18,9%** farà dei regali 'last minute' acquistandoli **dopo il 15 dicembre.**

Quasi un intervistato su due acquisterà i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday. Di contro, il 38% si dichiara ancora indeciso ed il 13% non approfitterà delle campagne scontistiche per acquistare regali. Un intervistato su tre **impiegherà la tredicesima per far fronte alle spese di casa/famiglia (33%), il 20% la metterà da parte mentre il 16,2% la impiegherà per pagare tasse e bollette.**

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

La fiducia dei consumatori di Treviso | L'85% dei consumatori di Treviso ritiene che il Natale 2022 sarà vissuto in maniera più dimessa rispetto al 2021, ovvero i cittadini effettueranno meno acquisti.

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

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

85%

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

12%

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

3%

IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno più acquisti

Base campione: 960 casi. **I dati sono riportati all'universo.**

Format research

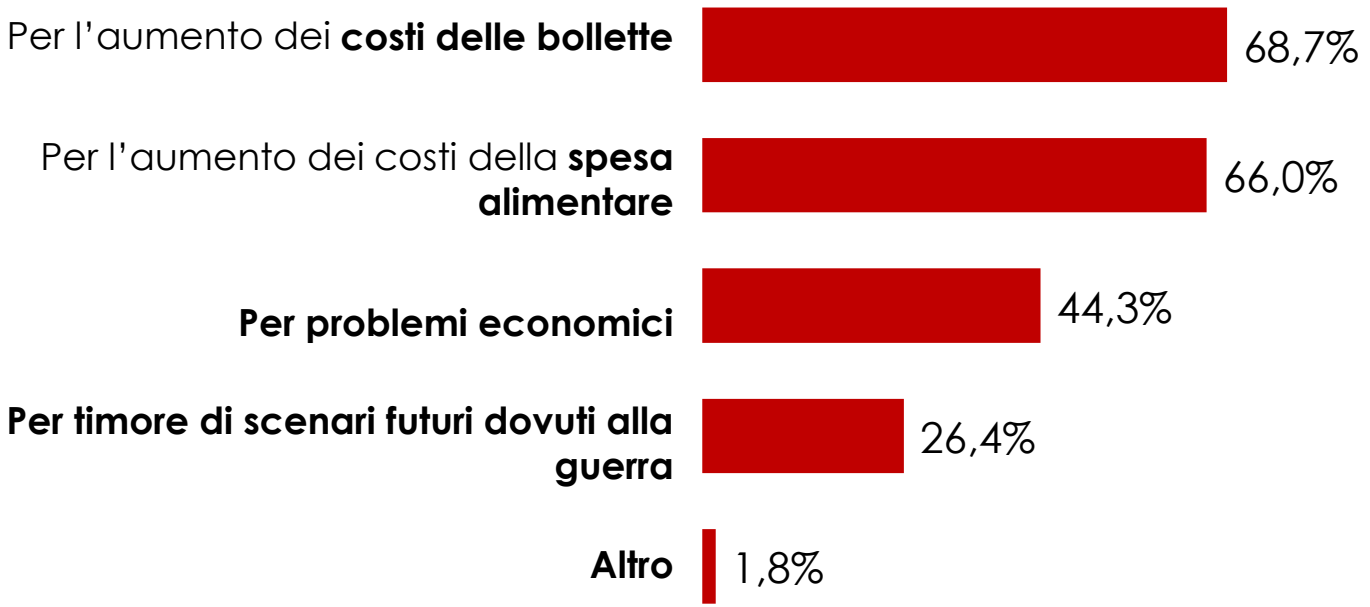
La sfiducia dei consumatori di Treviso | La sfiducia dei consumatori di Treviso per il prossimo Natale è dovuta principalmente alla preoccupazione per l'aumento dei costi delle bollette, secondariamente per quello dei prodotti alimentari.

(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…»

85%

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti



Base campione: 816 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

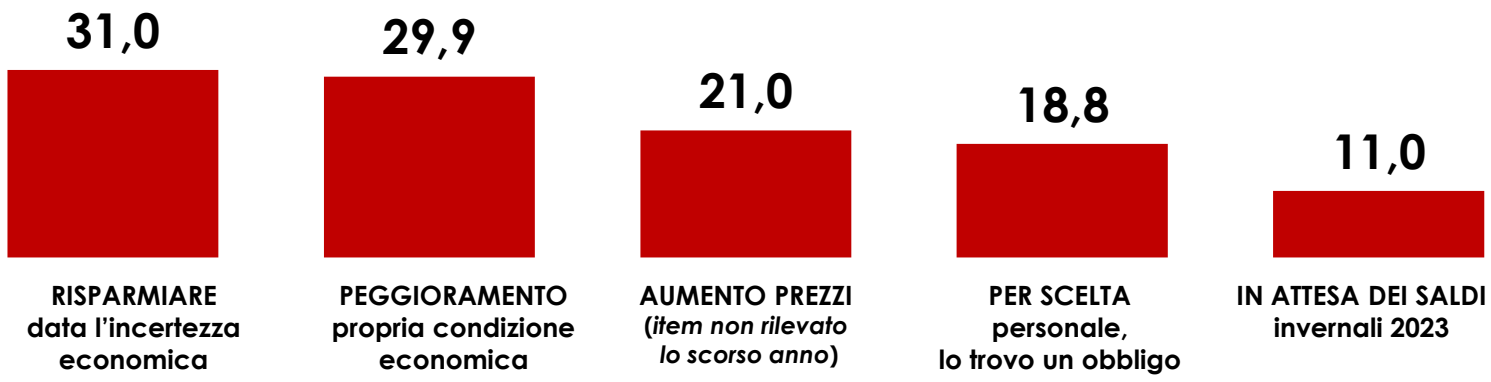
Propensione all'acquisto | Si attesta al 73% la quota di consumatori che hanno dichiarato che faranno acquisti per i regali di Natale nel 2022, la ragione prevalente dei mancati acquisti è il clima di incertezza che spinge i consumatori al risparmio (31,0%).

27,0%
NON FARANNO ACQUSTI
per i regali di Natale

73,0%
FARANNO ACQUISTI
per i regali di Natale

La ragione prevalente per cui non faranno acquisti

Valori percentuali



Base campione: 259 casi. Solo coloro che non effettueranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo**.

Base campione: 960 casi. **I dati sono riportati all'universo.**

Cosa si regalerà | Si regaleranno in prevalenza: prodotti enogastronomici, libri/ebook, capi di abbigliamento e giocattoli.

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

	Valori percentuali
Prodotti enogastronomici	81,1
Libri ed ebook	55,1
Capi di abbigliamento	48,0
Giocattoli e giochi per bambini	43,9
Prodotti per la cura della persona	38,0
Carte regalo o buoni regalo digitali	36,0
Trattamenti di bellezza	28,0
Prodotti per animali	27,3
Vino e liquori	26,0
Prodotti per la pratica sportiva	23,0
Giochi elettronici (console, accessori)	22,6
Biglietti per concerti e spettacoli	20,2
Computer, Accessori PC	19,9
Film, dvd e musica digitale	18,1
Abbonamenti a piattaforme di streaming	17,9
Smartphone	15,5
Viaggi e pacchetti prepagati	13,3
Tablet, Kindle	12,8
Gioielli / Bijoux/ Bigiotteria	12,5
Calzature	12,0
Articoli per la casa	12,0
Elettrodomestici	2,3

Base campione: 960 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.**

Gli acquisti online | I consumatori della provincia di Treviso acquisteranno online in prevalenza: 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?

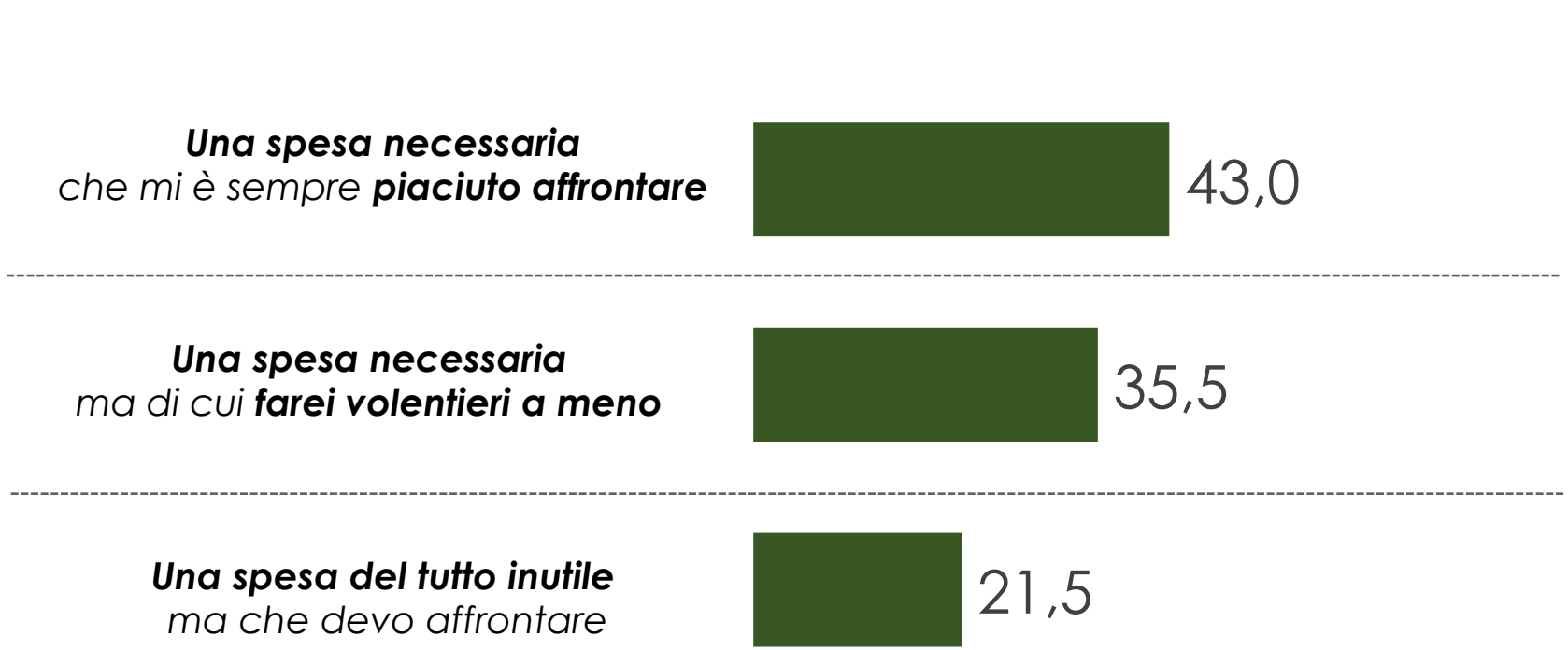
Sono rappresentati i valori superiori alla media (29,0%)

	Valori percentuali
Abbonamenti a piattaforme di streaming	**74,4**
Carte regalo o buoni regalo digitali	**72,7**
Libri ed e-book	**65,8**
Film, dvd e musica digitale	**42,0**
Giocattoli e giochi per bambini	**42,0**
Capi di abbigliamento	**41,0**
Smartphone	**32,0**

Base campione: 456 casi. Solo coloro che acquisteranno i regali di Natale sul web. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

Cosa rappresentano i regali di Natale | Il 43% dei rispondenti considera i regali di Natale una «spesa necessaria che hanno sempre avuto piacere di fare, il 35,5% li ritiene una «spesa necessaria ma della quale fare volentieri a meno».

Lei considera gli acquisti per i regali di Natale… ?



Base campione: 701 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo.**

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

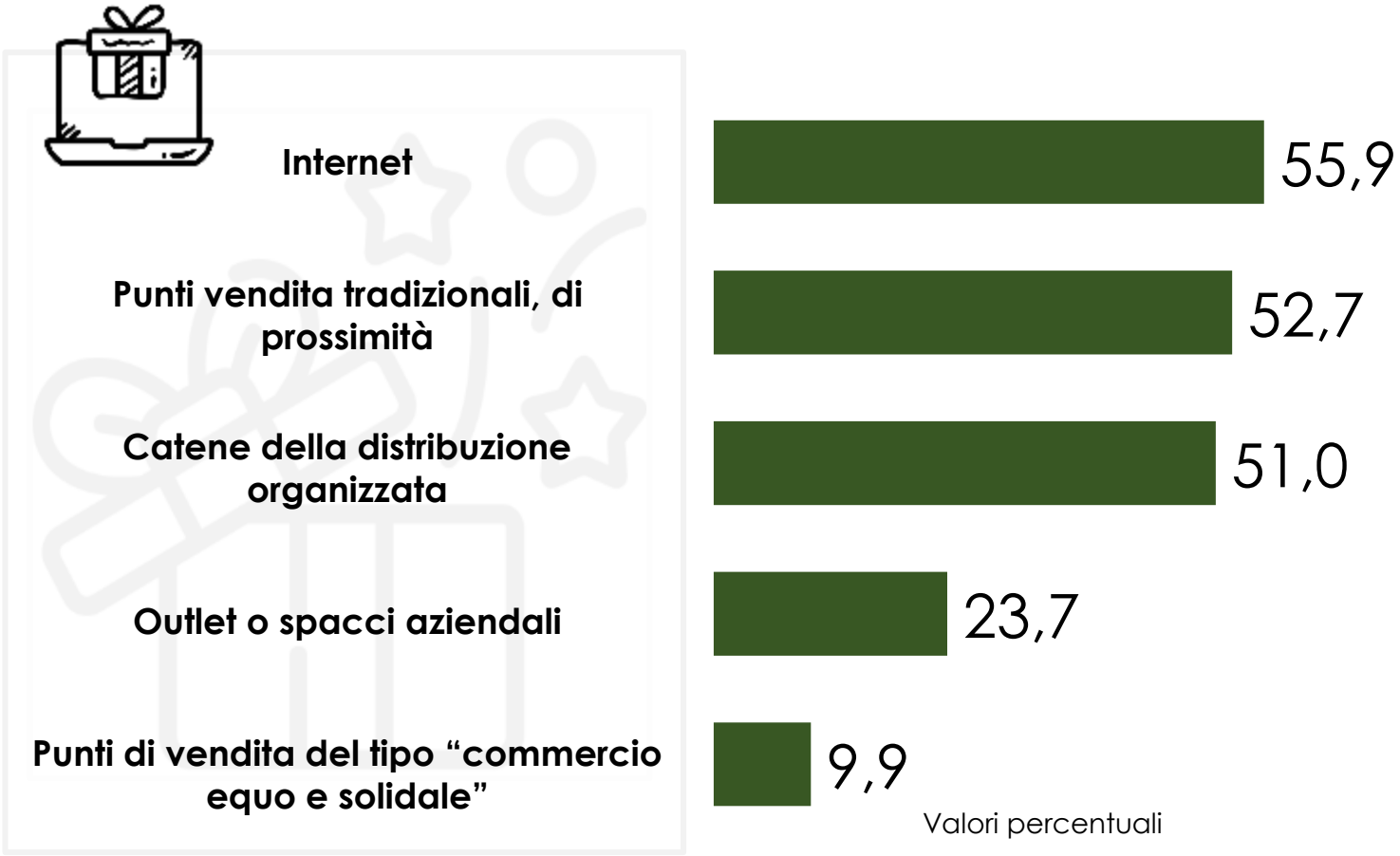
CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

I canali di acquisto | Internet si attesta come il canale principale per l'acquisto dei regali di Natale (55,9%). Seguono, a breve distanza (52,7%) i punti vendita di prossimità.

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



Base campione: 701 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.**

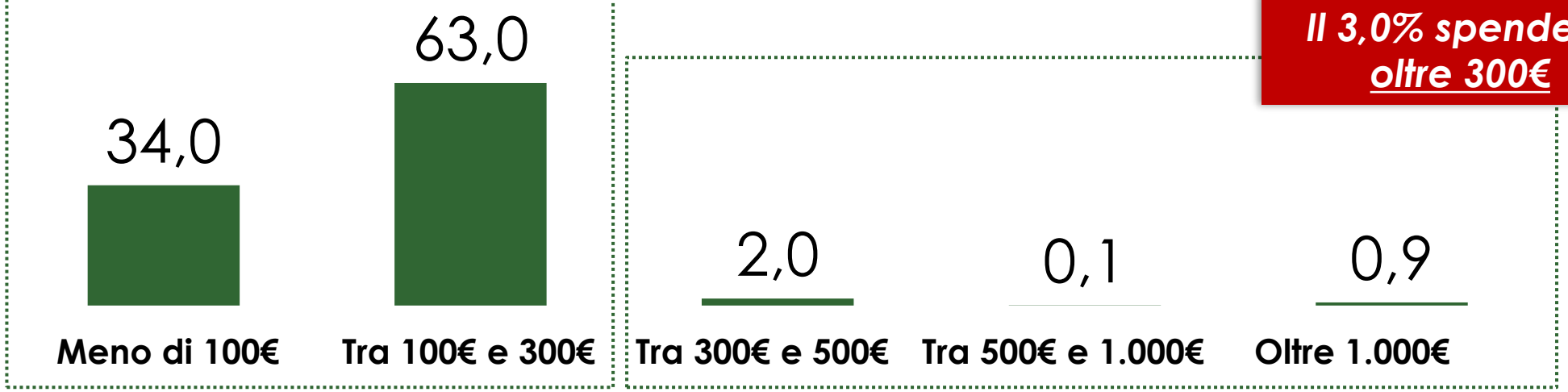
Budget di spesa | Il 97% dei consumatori di Treviso spenderà 300 euro o meno per le prossime festività natalizie, la stima della spesa media è pari a 151 euro a persona.

Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2022?

Il 97,0% spenderà fino a 300€

Per le prossime festività natalizie la stima della spesa media che i cittadini di Treviso destineranno ai regali di Natale sarà di 151 euro a persona

Il 3,0% spenderà oltre 300€

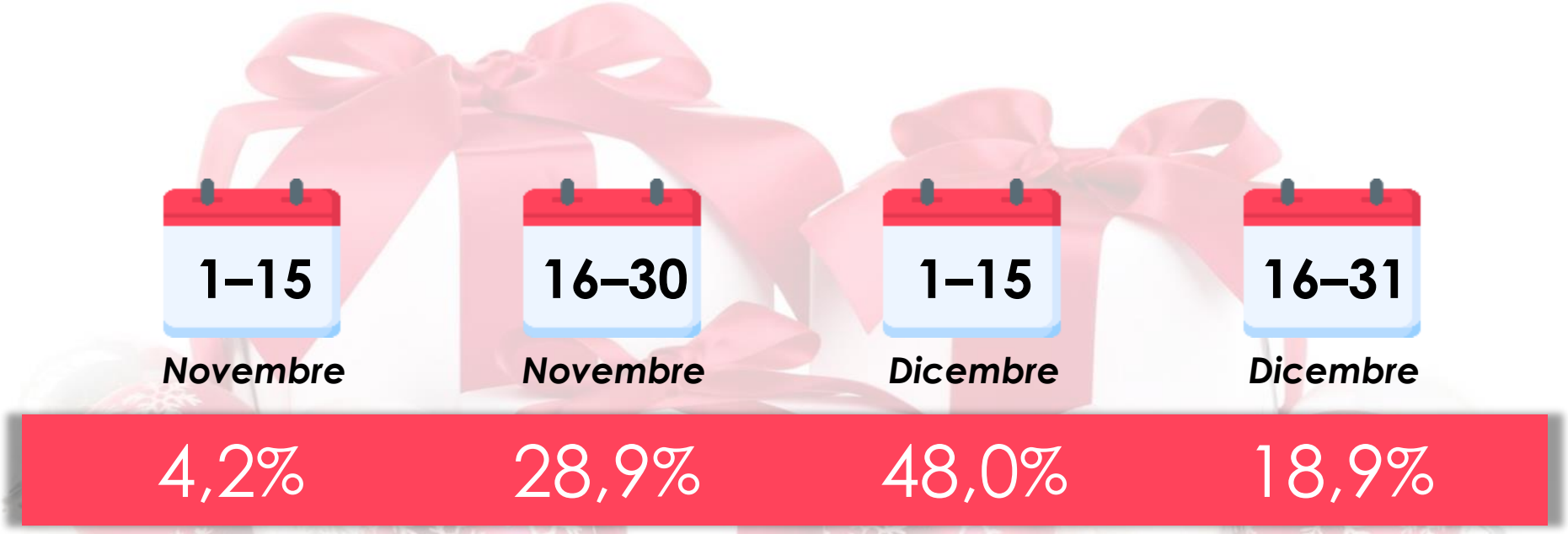


Valori percentuali

Base campione: 701 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo.**

In che periodo si acquistano i regali | Oltre otto intervistati su dieci si recheranno ad acquistare i regali di Natale tra novembre e la prima metà di dicembre (81,1%) mentre il restante 18,9% farà dei regali 'last minute' acquistandoli dopo il 15 dicembre.

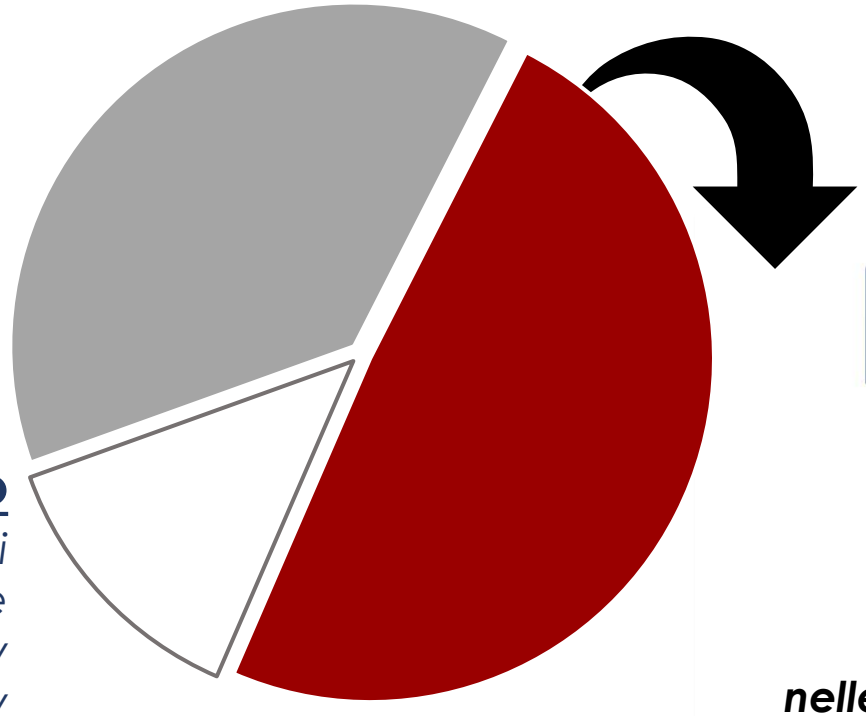
In che periodo si reca solitamente a fare acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 701 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 un intervistato su due acquisterà i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday. Di contro, il 38% si dichiara ancora indeciso ed il 13% 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)?



38%
Non so

13%
Non effettueranno acquisti per i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday

49%

Effettueranno acquisti per i regali di Natale nelle giornate del Black Friday e/o del Cyber Monday

Base campione: 701 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo.**

Format research

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

Quanto hanno risparmiato i consumatori | È pari a 64,7% la quota di coloro che dichiarano di NON AVER RISPARMIATO da inizio anno ad oggi.

Da inizio anno ad oggi, lei ha…?

HANNO RISPARMIATO MOLTO	4,0%
+	
HANNO RISPARMIATO ABBASTANZA	31,3%
HANNO RISPARMIATO POCO O PER NULLA	64,7%

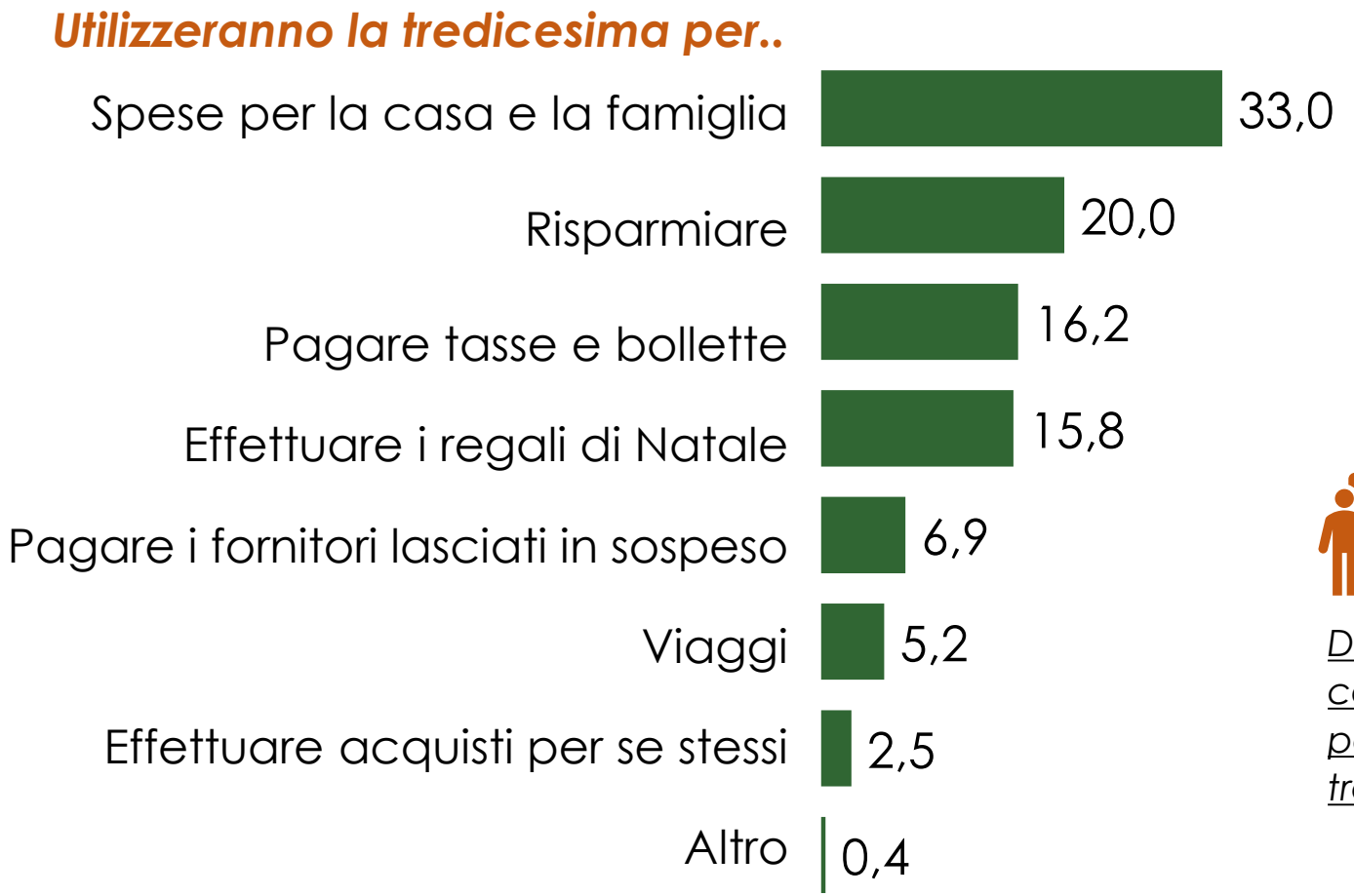
35,3%
HANNO RISPARMIATO

Base campione: 701 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo.**

Format research

Tredicesima | Un intervistato su tre impiegherà la tredicesima per far fronte alle spese di casa/famiglia (33%), il 20% la metterà da parte mentre il 16,2% la impiegherà per pagare tasse e bollette.

Come pensa di utilizzare in prevalenza la tredicesima?



Dati ricalcolati solo su coloro che percepiscono la tredicesima.

Base campione: 701 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. **I dati sono riportati all'universo.**

Agenda

PRESENTAZIONE

CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI

IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE

LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI

CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

DISPONIBILITÀ DI SPESA DELLE FAMIGLIE

METODO E BACK UP

Metodo | Scheda tecnica della ricerca.

COMMITTENTE
Unione Provinciale di Treviso

AUTORE
Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO
Indagine di opinione sui consumi dei cittadini della provincia di Treviso in occasione delle prossime festività natalizie 2022.

DISEGNO DEL CAMPIONE
Campione rappresentativo della popolazione della provincia di Treviso 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 (Provincia di Treviso).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA
n. 960 casi (960 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 1.186 (41,7%); "Rifiuti": 701 (24,6%); "Sostituzioni": 1.887 (66,3%). Intervallo di confidenza 95% (Errore ±3%).
Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici della provincia di Treviso.

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 20 al 25 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 Gaia Petrucci
Dott.ssa Barbara Esposito

Metodo | Universo rappresentato e struttura del campione

Universo di riferimento

I consumatori di Treviso			
	Maschi	Femmine	**Totale**
18-24	32.869	30.113	62.982
25-34	46.293	43.136	89.429
35-44	51.967	51.868	103.835
45-54	72.005	71.702	143.707
55-64	65.865	66.330	132.195
over 64	90.022	112.235	202.257
Totale	359.021	375.384	734.405

Fonte: Istat 2022

Campione realizzato

I consumatori di Treviso			
	Maschi	Femmine	**Totale**
18-24	72	55	127
25-34	79	98	177
35-44	74	84	158
45-54	132	134	266
55-64	77	79	156
over 64	37	39	76
Totale	471	489	960

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

UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

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: Assirm, 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.