



Toscana Natale 2021 |

Le intenzioni di acquisto dei consumatori

Rapporto di ricerca

Firenze, 7 dicembre 2021 (2021-342tu R01)

Agenda



PRESENTAZIONE



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Questo documento presenta i risultati dell'indagine «*Natale 2021*», svolta da Format Research Srl per conto di **Confcommercio Imprese per l'Italia Toscana** nel mese di novembre 2021.

Obiettivi del lavoro: dati ed informazioni sulle intenzioni di acquisto e le intenzioni di spesa dei cittadini toscani in occasione delle prossime festività, tipologia di regali acquistati, i canali di acquisto, il budget destinato ai regali e la disponibilità di spesa delle famiglie toscane.

L'indagine svolta con Sistema Cati e Cawi è stata rivolta ai cittadini di età superiore ai 18 anni residenti in Toscana (*n. 101 interviste*).

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

- 1) La fiducia dei consumatori toscani;
- 2) La tipologia di acquisti
- 3) I canali di acquisto ed il budget destinato ai regali di Natale.

Le interviste sono state realizzate tra il 22 e il 30 novembre 2021.

Agenda



PRESENTAZIONE



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

La fiducia dei consumatori | Il sentiment dei consumatori toscani rispetto al prossimo Natale è dominato dalla sfiducia: oltre l'80% degli intervistati ritiene che caleranno gli acquisti (85,5%).

Natale 2021 è ormai alle porte. Lei con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?

«RISPETTO AL NATALE 2020, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»



IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

85,5%



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

12,7%



IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno più acquisti

1,8%



Base campione: 101 casi. I dati sono riportati all'universo.

Natale libero grazie al Green Pass? | L'assunto secondo cui il Green Pass contribuirà a far vivere le prossime festività natalizie raccoglie il 56,5% dei consensi. A pensarla in questo modo è poco più della metà del campione.

Quanto contribuirà il green pass a vivere le festività 2021 in maniera più libera rispetto a quelle del 2020?



Base campione: 101 casi. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



PRESENTAZIONE



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



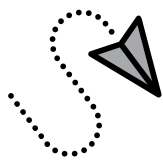
METODO

Propensione all'acquisto | Il 76,9% degli intervistati farà acquisti per i regali di Natale. Si regaleranno soprattutto prodotti enogastronomici (79,9%).



76,9%
FARANNO
ACQUISTI
per i regali di
Natale

23,1%
NON FARANNO
ACQUISTI
per i regali di
Natale



COSA REGALERANNO?

Prodotti enogastronomici	79,9
Libri ed ebook	54,9
Capi di abbigliamento	48,9
Giocattoli	48,6
Carte regalo	45,0
Vino e liquori	29,5
Trattamenti di bellezza	26,4
Prodotti per la cura della persona	25,6
Film, dvd e musica digitale	24,9
Abbonamenti streaming	21,9
Giochi elettronici	20,8
Computer, Accessori PC	18,4
Smartphone	18,2
Prodotti per animali	15,2
Prodotti per la pratica sportiva	12,2
Calzature	12,1
Gioielli	10,0
Articoli per la casa	9,9
Biglietti per concerti e spettacoli	8,6
Tablet, kindle	6,5
Elettrodomestici	4,8
Viaggi e pacchetti prepagati	4,5



Base campione: 101 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



PRESENTAZIONE



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA

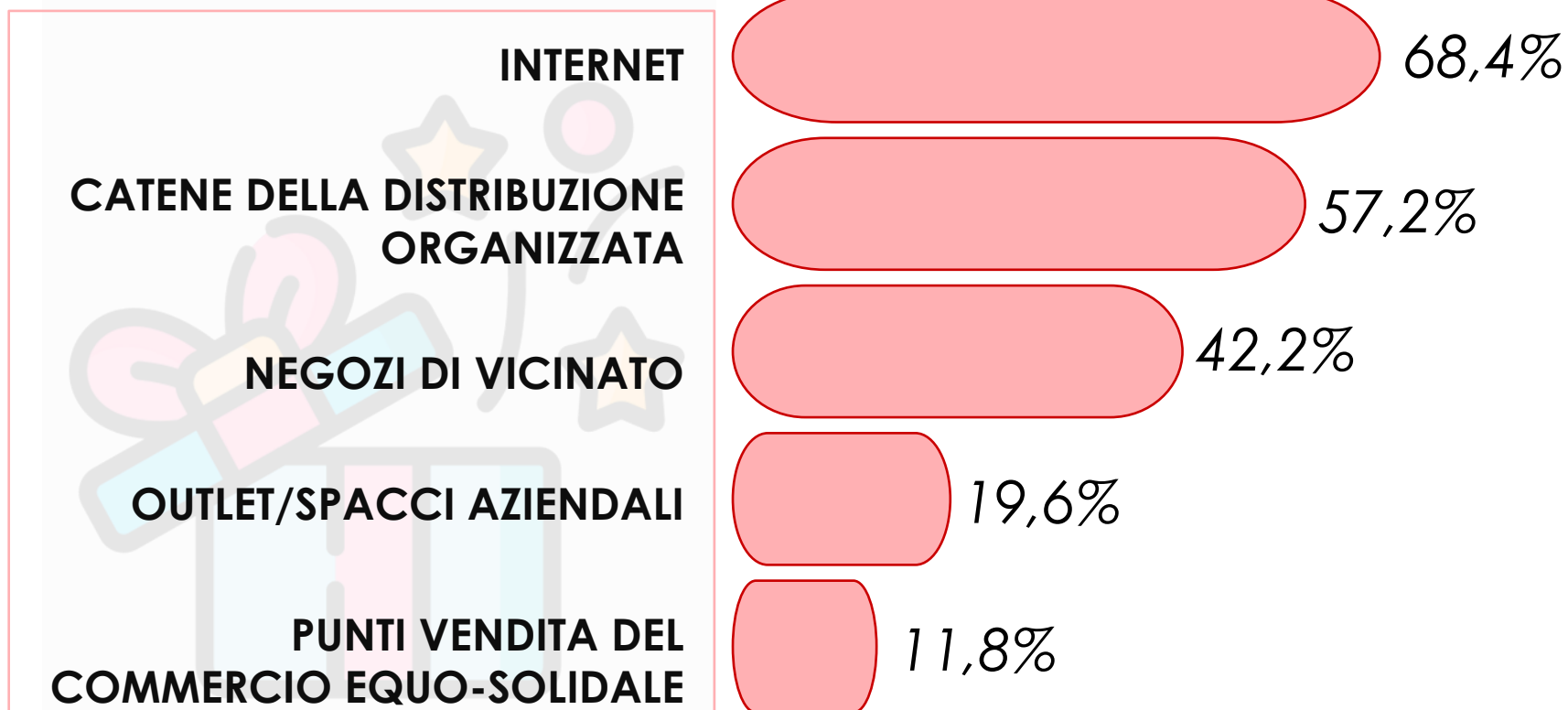


METODO

I canali di acquisto | Internet costituisce il canale di acquisto principale per i regali di Natale (68,4%). Seguono la distribuzione organizzata, i negozi di vicinato, gli outlet e i punti vendita del commercio equo-solidale.

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

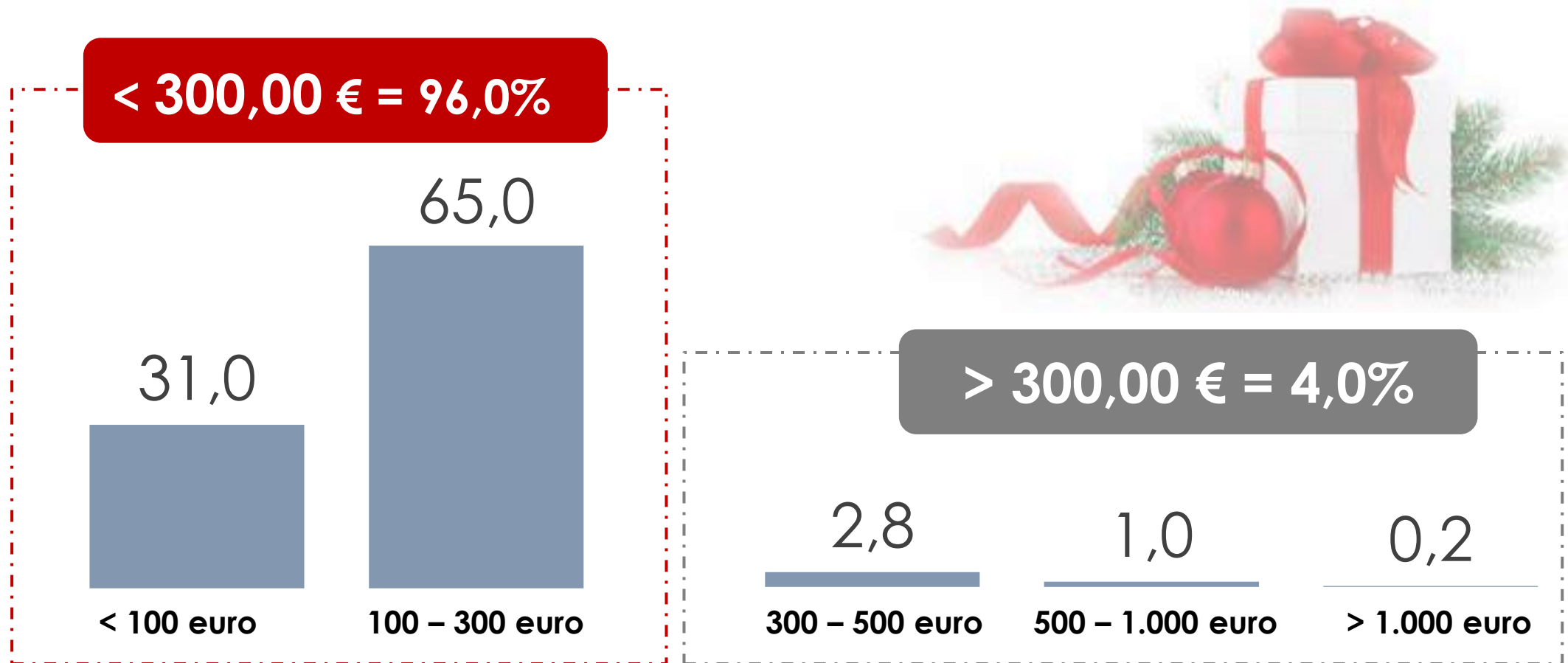
I CANALI DI ACQUISTO



Base campione: 78 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 | La quasi totalità del campione destinerà un budget di spesa inferiore ai 300 euro per l'acquisto dei regali di Natale (96,0%). Residuale la quota di coloro che spenderanno oltre 300 euro (4%).

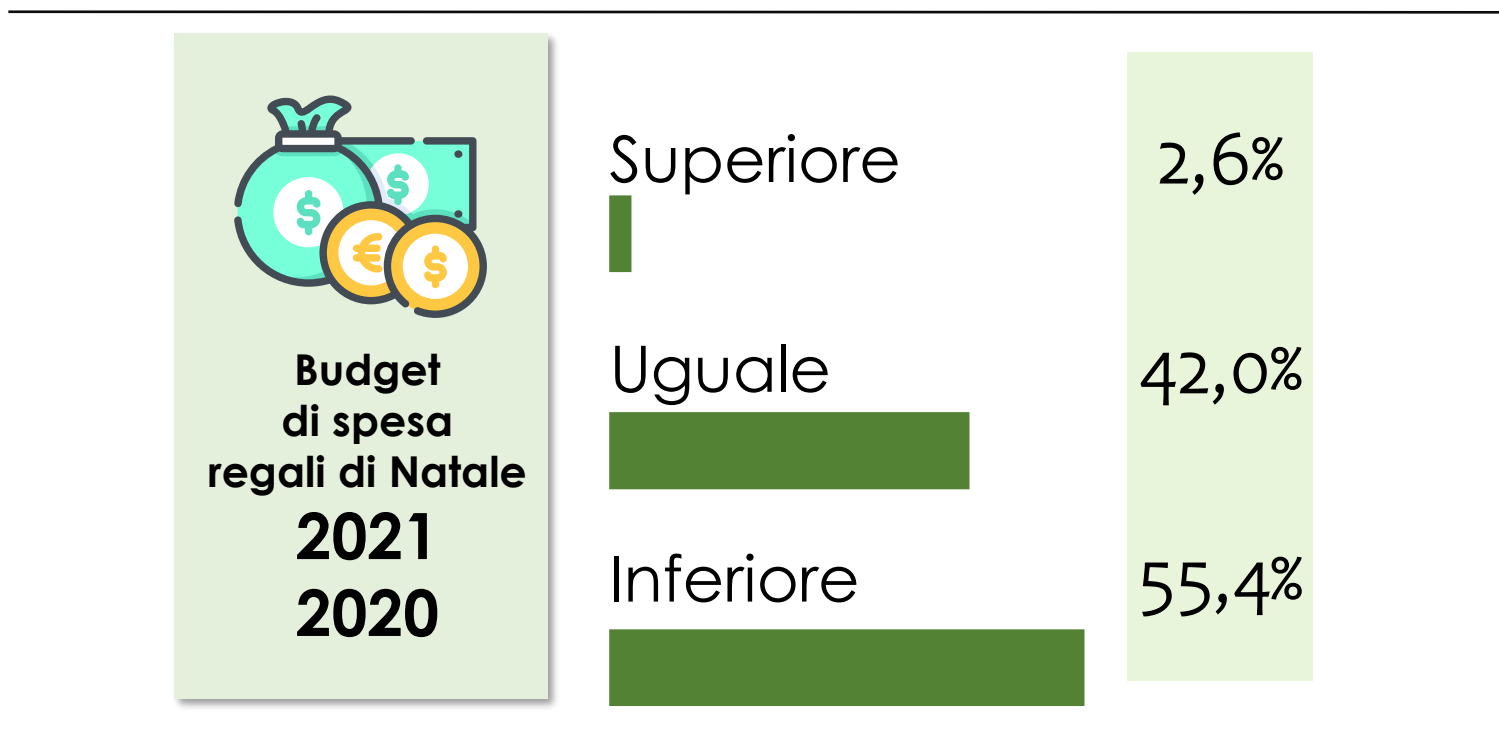
Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2021?



Base campione: 78 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Budget di spesa | Oltre la metà dei cittadini toscani destinerà un budget di spesa inferiore rispetto allo scorso anno per l'acquisto dei regali di Natale (55,4%). Il 42,0% destinerà lo stesso budget di spesa e solo il 2,6% una cifra superiore.

La cifra che intende spendere per i regali di Natale 2021 è inferiore, uguale o superiore rispetto a quella dello scorso anno?



Base campione: 78 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Anticipo shopping per l'acquisto dei regali | Il 56% dei cittadini toscani che faranno gli acquisti per i regali di Natale ha deciso, a seguito della risalita dei contagi, di anticipare lo shopping per l'acquisto dei regali.

A seguito della risalita dei contagi, ha deciso di anticipare lo shopping per l'acquisto dei regali di Natale?

A seguito della risalita dei contagi....



Agenda



PRESENTAZIONE



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Metodo | Scheda tecnica dell'indagine.

COMMITTENTE

Confcommercio Toscana.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine di opinione sui consumi dei cittadini toscani in occasione delle prossime festività natalizie 2021.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo della popolazione della Toscana 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), area geografica (Toscana).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva 101 casi (101 interviste a buon fine complessive). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,5\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi Telefonici della Toscana.

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 22 al 30 novembre 2021.

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 Ludovica Gervasio

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.

2021 © 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.