



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TOSCANA

Toscana Natale 2023 | Le intenzioni di acquisto dei consumatori

Rapporto di ricerca

Firenze, 28 novembre 2023 (2023-218tu R07)

Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



QUANDO ACQUISTARE



METODO

Questo documento presenta i risultati dell'indagine «*Natale 2023*», svolta da Format Research Srl per conto di **Confcommercio Imprese per l'Italia Toscana** nel mese di novembre 2023.

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. 401 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.
- 4) La tempistica degli acquisti

Le interviste sono state realizzate tra il 6 e il 15 novembre 2023.

Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



QUANDO ACQUISTARE



METODO

Considerazioni generali di sintesi | Principali evidenze

La fiducia dei consumatori. Secondo l'80,2% dei rispondenti il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa, ovvero i toscani faranno meno acquisti. Coloro che ritengono che il Natale sarà vissuto allo stesso modo del 2022 sono il 15,8% mentre solo il 4% ritiene che i consumatori faranno più acquisti rispetto all'anno precedente. Tra le ragioni di chi immagina un Natale peggiore rispetto a quello dello scorso anno, l'84,6% ritiene che ciò sarà dovuto all'aumento dei costi della spesa alimentare. Al secondo posto rimane la preoccupazione per l'aumento dei costi delle bollette, 80,1%.

Propensione all'acquisto. Il 25,5% degli intervistati non faranno acquisti di Natale, a fronte di un 74,5% che li effettueranno. Il 74,5% degli intervistati farà acquisti per i regali di Natale. Si regaleranno in prevalenza prodotti enogastronomici (75,6%).

I canali di acquisto e il budget di spesa. La distribuzione organizzata costituisce il canale di acquisto principale per i regali di Natale (69,2%). Seguono internet, i negozi di vicinato, gli outlet e i punti vendita del commercio equo-solidale. La quasi totalità del campione destinerà un budget di spesa uguale o inferiore ai 300 euro per l'acquisto dei regali di Natale (92,6%). Minoritaria la quota di coloro che spenderanno oltre 300 euro (7,4%). La spesa media che i toscani destineranno ai regali di Natale sarà di 195 euro a persona. Quasi la totalità dei rispondenti ha pianificato di pagare gli acquisti attraverso pagamento immediato, 95,4%. Pagheranno gli acquisti per i regali di Natale per contanti poco meno del 20% dei consumatori toscani. Oltre l'80% pagherà facendo ricorso a metodi di pagamento digitali (carte, app per smartphone, bonifici immediati, etc).

La tempistica degli acquisti. Quattro consumatori toscani su dieci si recheranno ad acquistare i regali di Natale nella prima metà di dicembre (41,5%). Il 41,1% dei rispondenti effettueranno acquisti entro fine novembre. Solo il 17,4% dei toscani attenderanno la coda della fine dell'anno. Quasi il 50% dei consumatori della Toscana ha previsto di fare gli acquisti per i regali di Natale (49,0%) in occasione del Black Friday e/o Cyber Monday mentre quasi un terzo non ha la certezza di acquistare nelle giornate del Black Friday e/o Cyber Monday 35,6%.

Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



QUANDO ACQUISTARE



METODO

La fiducia dei consumatori | Secondo l'80,2% dei rispondenti il Natale 2023 sarà vissuto in maniera dimessa, ovvero i toscani faranno meno acquisti. Coloro che ritengono che il Natale sarà vissuto allo stesso modo del 2022 sono il 15,8% mentre solo il 4% ritiene che 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 PASSATO, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»



IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno meno acquisti

80,2%



ALLO STESSO MODO,
ovvero gli italiani acquisteranno come a Natale 2022

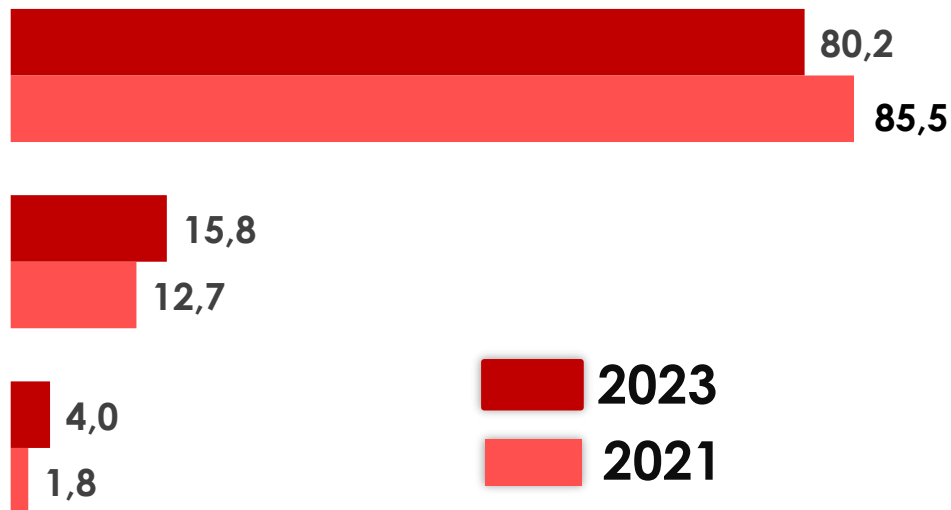
15,8%



IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno più acquisti

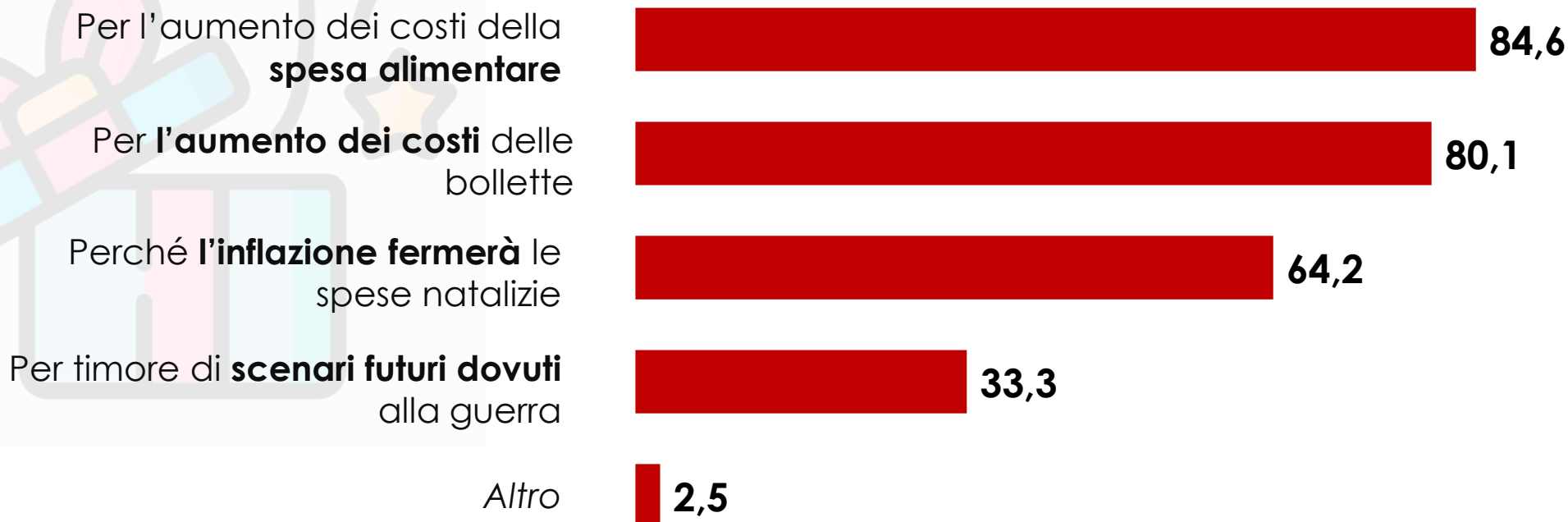
4,0%

Sentiment 2023 a confronto con il 2021



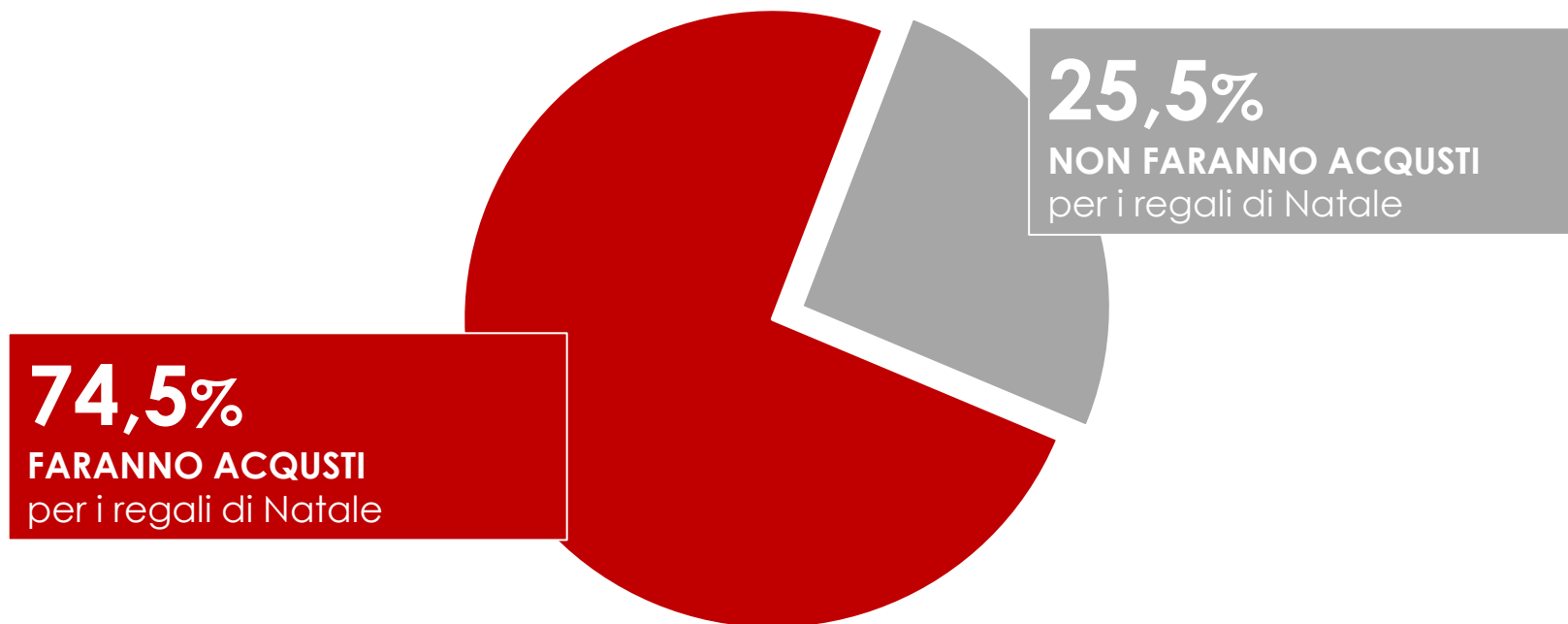
La fiducia dei consumatori | Tra le ragioni di chi immagina un Natale peggiore rispetto a quello dello scorso anno, l'84,6% ritiene che ciò sarà dovuto all'aumento dei costi della spesa alimentare. Al secondo posto rimane la preoccupazione per l'aumento dei costi delle bollette, 80,1%.

(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?



Propensione all'acquisto | Il 25,5% degli intervistati non faranno acquisti di Natale, a fronte di un 74,5% che li effettueranno.

Lei effettuerà acquisti per i regali di Natale?



Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



CHE COSA REGALERANNO I CONSUMATORI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



QUANDO ACQUISTARE



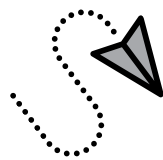
METODO

Che cosa regaleranno i consumatori | Il 74,5% degli intervistati farà acquisti per i regali di Natale. Si regaleranno in prevalenza prodotti enogastronomici (75,6%).



74,5%
FARANNO
ACQUISTI
per i regali di
Natale

25,5%
NON FARANNO
ACQUISTI
per i regali di
Natale



COSA REGALERANNO?

Prodotti enogastronomici	75,6
Prodotti per la cura della persona	57,3
Capi di abbigliamento	55,1
Libri ed ebook	54,9
Giocattoli e giochi per bambini	51,6
Carte regalo o buoni regalo digitali	45,4
Trattamenti di bellezza (es. massaggi, sedute in SPA)	34,9
Vino e liquori	32,6
Giochi elettronici (console, accessori)	29,2
Prodotti per animali	28,2
Film, dvd e musica digitale	22,7
Viaggi e pacchetti prepagati	21,9
Prodotti per la pratica sportiva	21,6
Calzature	20,4
Computer, Accessori PC	20,0
Gioielli	17,2
Articoli per la casa	16,0
Smartphone	15,7
Abbonamenti a piattaforme di streaming	14,5
Biglietti per concerti e spettacoli	12,1
Tablet, kindle	12,0
Elettrodomestici	9,3

Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



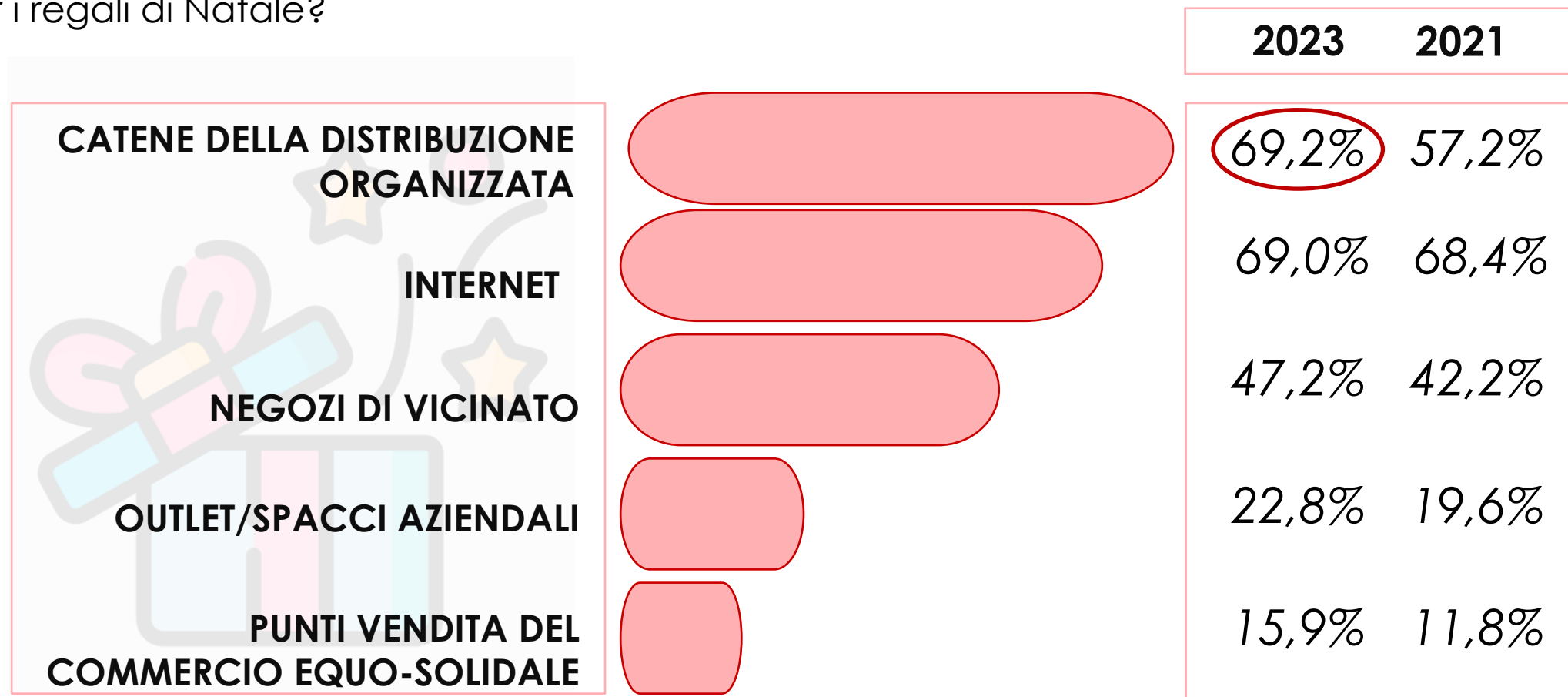
QUANDO ACQUISTARE



METODO

I canali di acquisto | La distribuzione organizzata costituisce il canale di acquisto principale per i regali di Natale (69,2%). Seguono internet, i negozi di vicinato, gli outlet e i punti vendita del commercio equo-solidale.

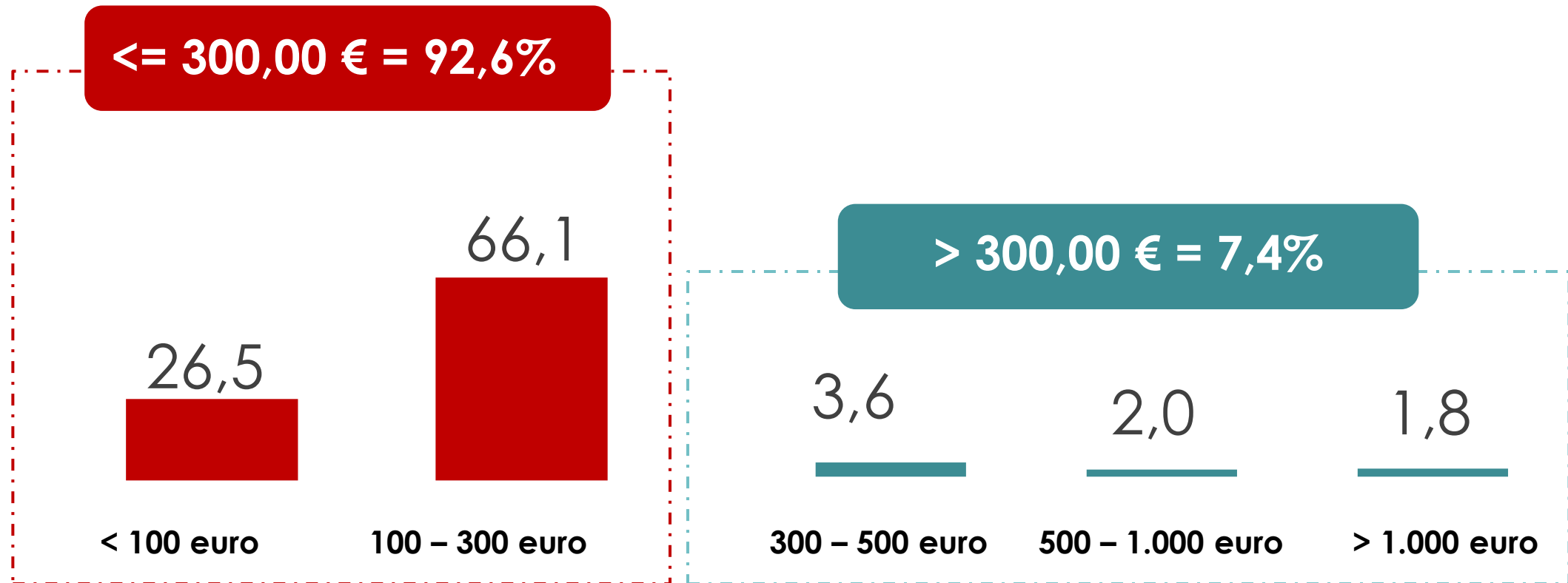
(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale) Presumibilmente, dove effettuerà i Suoi acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 299 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 uguale o inferiore ai 300 euro per l'acquisto dei regali di Natale (92,6%). Minoritaria la quota di coloro che spenderanno oltre 300 euro (7,4%). La spesa media che i toscani destineranno ai regali di Natale sarà di 195 euro a persona.

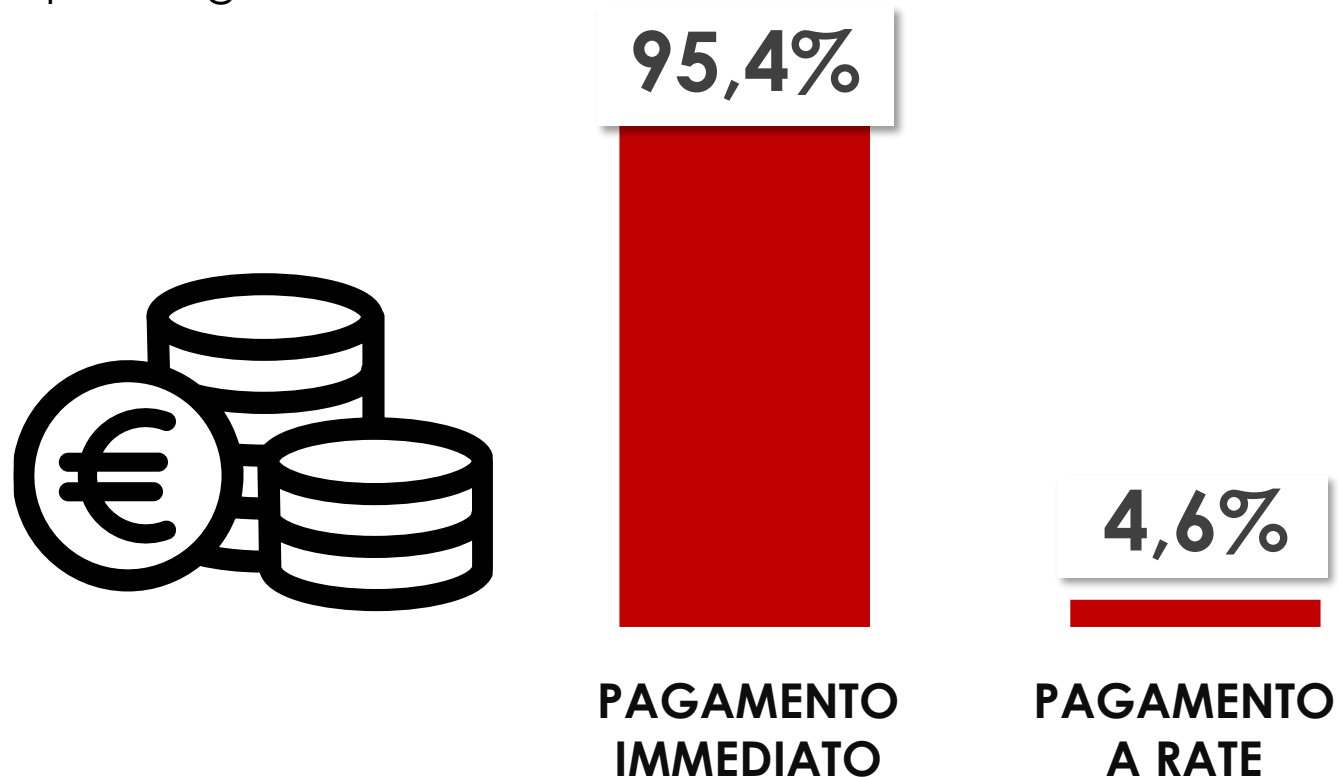
(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale) Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2023?



Base campione: 299 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Budget di spesa | Quasi la totalità dei rispondenti ha pianificato di pagare gli acquisti attraverso pagamento immediato, 95,4%.

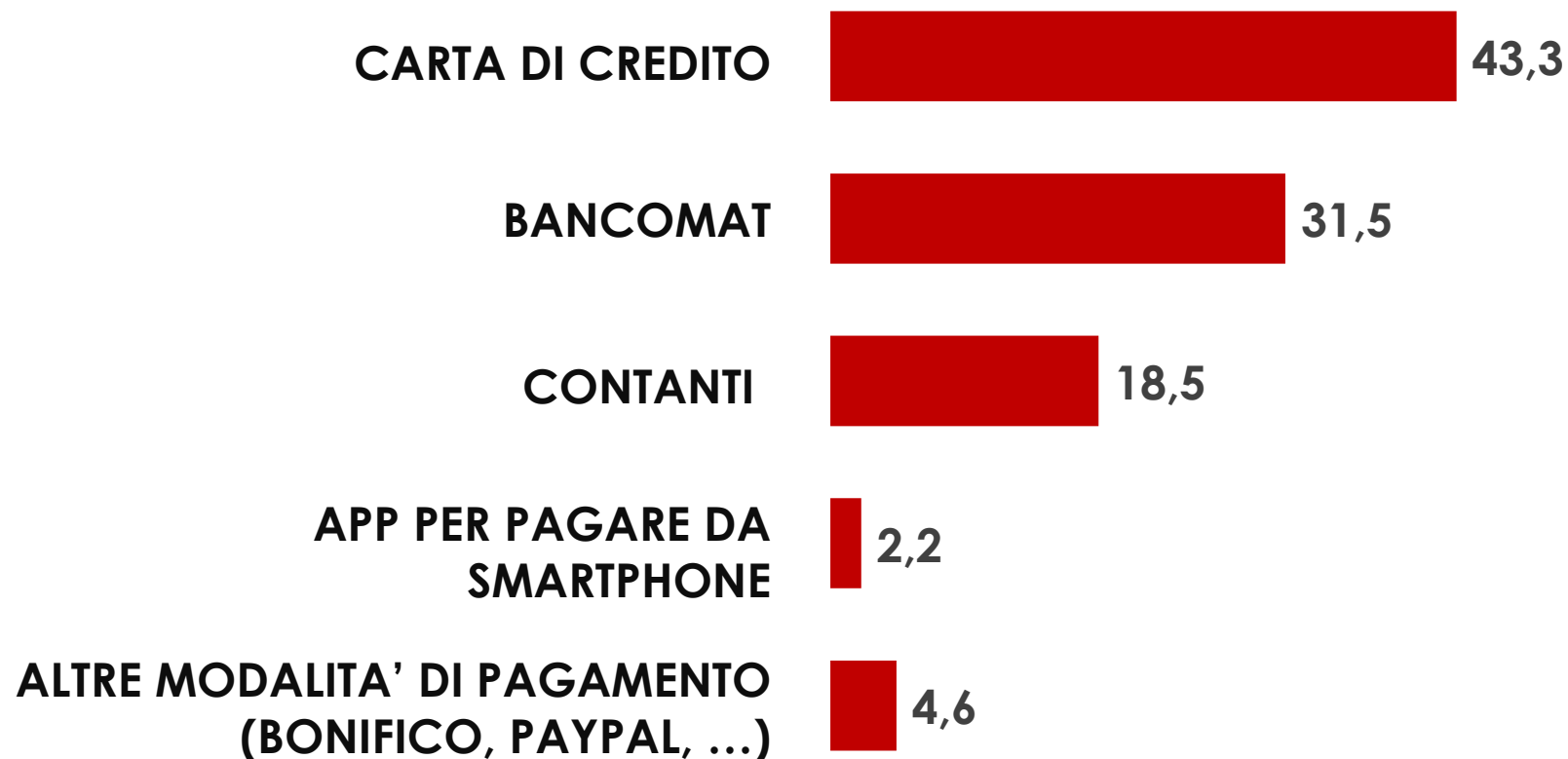
(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale) Principalmente come pensa di pagare i prossimi acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 299 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Budget di spesa | Pagheranno gli acquisti per i regali di Natale per contanti poco meno del 20% dei consumatori toscani. Oltre l'80% pagherà facendo ricorso a metodi di pagamento digitali (carte, app per smartphone, bonifici immediati, etc).

(Solo coloro che hanno indicato che pagheranno i regali di Natale in modo immediato) Nel dettaglio, quale forma di pagamento utilizzerà principalmente?



81,5%
Utilizzeranno
pagamenti digitali

Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



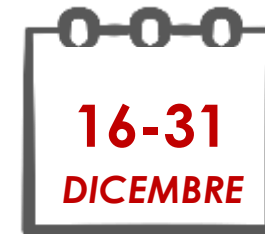
QUANDO ACQUISTARE



METODO

Quando acquistare | Quattro consumatori toscani su dieci si recheranno ad acquistare i regali di Natale nella prima metà di dicembre (41,5%). Il 41,1% dei rispondenti effettueranno acquisti entro fine novembre. Solo il 17,4% dei toscani attenderanno la coda della fine dell'anno.

(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale) In che periodo si reca solitamente a fare acquisti per i regali di Natale?



4,4%

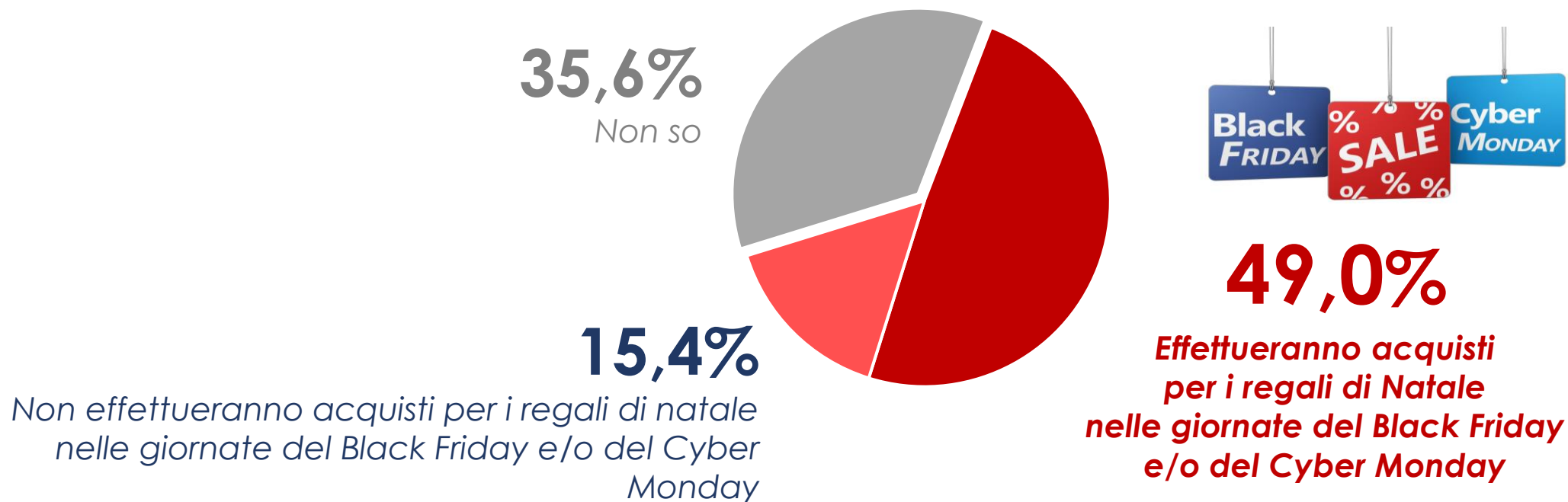
36,7%

41,5%

17,4%

L'acquisto dei regali di Natale nel BF/CM | Quasi il 50% dei consumatori della Toscana ha previsto di fare gli acquisti per i regali di Natale (49,0%) in occasione del Black Friday e/o Cyber Monday mentre quasi un terzo non ha la certezza di acquistare nelle giornate del Black Friday e/o Cyber Monday 35,6%.

(Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale) Pensa di acquistare i regali di Natale nelle giornate del Black Friday (venerdì 24 novembre) e/o del Cyber Monday (lunedì 27 novembre)?



Agenda



PRESENTAZIONE



CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



LA TIPOLOGIA DI ACQUISTI



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



QUANDO ACQUISTARE



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 2023.

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 401 casi (401 interviste a buon fine complessive). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,9\%$). 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 6 al 15 novembre 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).

DIRETTORE DELLA RICERCA E STAFF

Dott. Pierluigi Ascani

Dott.ssa Maria Francesca Atzeni

Dott. Lorenzo Ancarani

Metodo | Universo e campione realizzato.

UNIVERSO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE IN TOSCANA PER SESSO E CLASSE DI ETÀ

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	123.295	112.558	235.853
25-34	184.294	174.241	358.535
35-44	212.654	214.626	427.280
45-54	288.066	296.296	584.362
55-64	272.746	287.409	560.155
>64	419.847	538.289	958.136
Totale	1.500.902	1.623.419	3.124.321

I.stat 2023

CAMPIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE IN TOSCANA PER SESSO E CLASSE DI ETÀ

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	17	14	31
25-34	24	22	46
35-44	27	27	55
45-54	37	38	75
55-64	35	37	72
>64	54	69	123
Totale	193	208	401

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
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.