

SIGMA
consulting
Talks



Q2 2024

IL REPORT

L'INDAGINE

Sigma Consulting Talks è un'indagine continuativa condotta e diffusa dall'istituto di ricerca Sigma Consulting nell'ambito della sua attività istituzionale di analisi dei fenomeni sociali, economici e di mercato.

L'indagine rappresenta un punto di osservazione privilegiato sulle opinioni, le percezioni e i comportamenti degli italiani in settori quali società, economia, consumi, politica, lavoro, tempo libero e aspetti congiunturali di rilevanza nazionale.

Il report offre insight di valore a supporto delle decisioni strategiche di imprese, enti pubblici, dipartimenti universitari, istituti di ricerca sociale e di mercato e di chi è interessato a capire i bisogni e le attese dei cittadini e dei consumatori italiani.

METODOLOGIA

Sigma Consulting Talks si basa su rilevazioni continuative condotte con cadenza settimanale o mensile su campioni rappresentativi della popolazione italiana. I partecipanti all'indagine sono estratti dal panel consumer nazionale dell'istituto di ricerca Sigma Consulting.

TARGET

Campioni rappresentativi della popolazione italiana maggiorenni, stratificati e ponderati in base a genere, età, titolo di studio e area geografica di residenza

DURATA DELL'INTERVISTA

In media 6 minuti

NUMERO DI INTERVISTE

1.000 casi per ogni rilevazione

DURATA DEL FIELD

dal 2 al 5 aprile 2024
dal 23 al 26 aprile 2024
dal 7 al 10 maggio 2024
dal 4 al 7 giugno 2024
dal 25 al 28 giugno 2024
dal 9 al 11 luglio 2024

I CONTENUTI

VACANZE ESTIVE

- Propensione alla vacanza
- Destinazioni preferite
- Spesa media
- Organizzazione del viaggio

TURISMO ORGANIZZATO

- Conoscenza dei player di mercato
- Tour operator più utilizzati

ECONOMIA

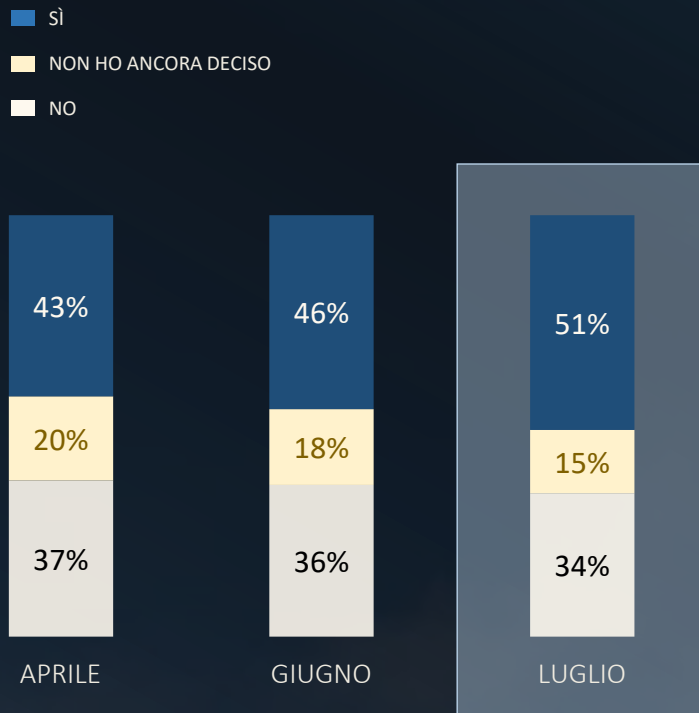
- Giudizi sullo stato dell'economia
- Aspettative sui consumi
- Aspettative per i risparmi

FIDUCIA NEI SONDAGGI

VACANZE ESTIVE

Propensione alla vacanza

Considerando il prossimo mese, lei pensa di trascorrere almeno 1 notte fuori casa per motivi di svago o vacanza?



Tipo di località preferita

In quale tipo di località pensa di recarsi?



Destinazioni italiane

In quale regione italiana pensa di recarsi?

I	EMILIA-ROMAGNA	12%
II	PUGLIA	10%
III	TOSCANA	9%
IV	CAMPANIA	7%
V	LAZIO	7%
VI	SARDEGNA	7%
VII	SICILIA	7%
VIII	LIGURIA	6%
IX	VENETO	6%
X	LOMBARDIA	5%
XI	MARCHE	4%
XII	TRENTINO-ALTO ADIGE	4%
XIII	ABRUZZO	3%
XIV	CALABRIA	3%
XV	PIEMONTE	3%
XVI	FRIULI-VENEZIA GIULIA	2%
XVII	UMBRIA	2%
XVIII	BASILICATA	1%
XIX	VALLE D'AOSTA	1%
XX	MOLISE	1%



Destinazioni estere

In quale stato estero pensa di recarsi?

I	SPAGNA	25%
II	GRECIA	20%
III	FRANCIA	9%
IV	SVIZZERA	8%
V	MALTA	4%
VI	AUSTRIA	4%
VII	PORTOGALLO	4%
VIII	CROAZIA	3%
ALTRI PAESI EUROPEI		11%
PAESI EXTRAEUROPEI		12%

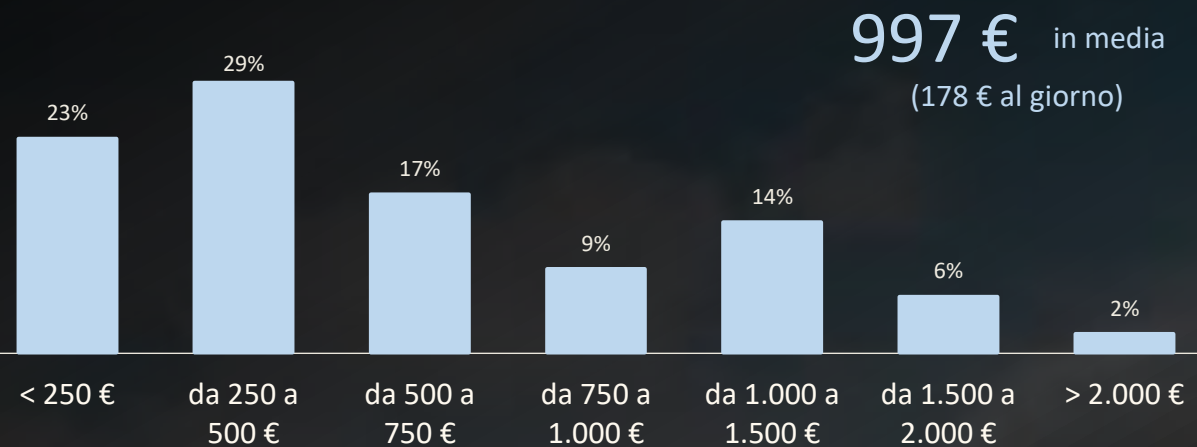
SPESA PRO-CAPITE PER LA VACANZA

Considerando quello che farà per tutta la durata della vacanza (viaggio, alloggio, cibo, divertimento, etc.), quanto pensa di spendere per persona?

NUMERO DI NOTTI

Quante notti pensa di trascorrere fuori casa?

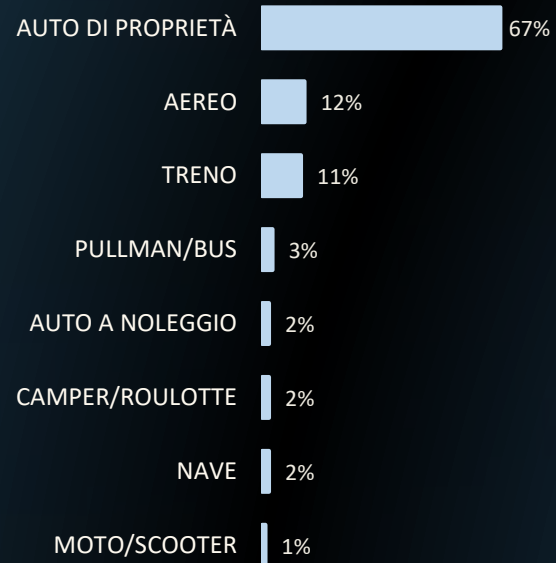
5,6 notti in media



Organizzazione del viaggio

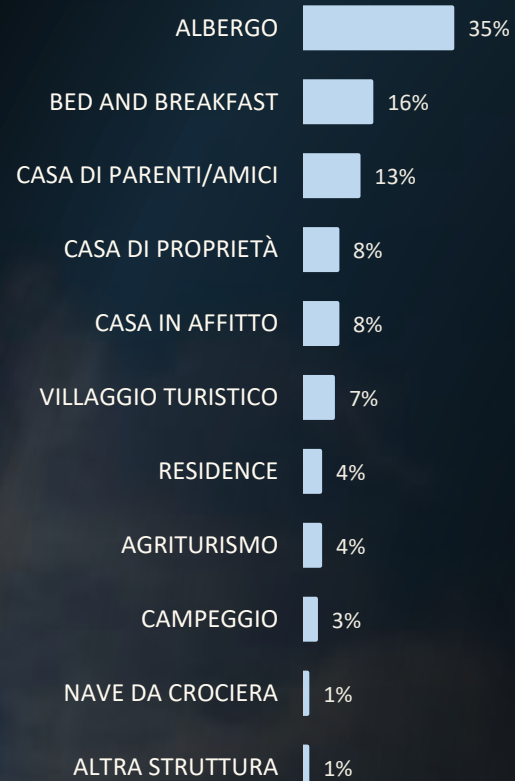
MEZZI DI TRASPORTO

Con quale mezzo di trasporto pensa di raggiungere la destinazione di vacanza?



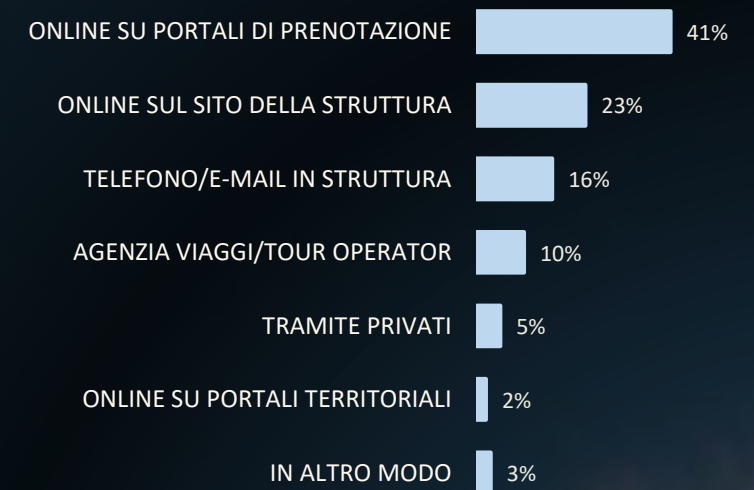
TIPOLOGIA D'ALLOGGIO

In quale tipo di struttura pensa di alloggiare?



MODALITÀ DI PRENOTAZIONE

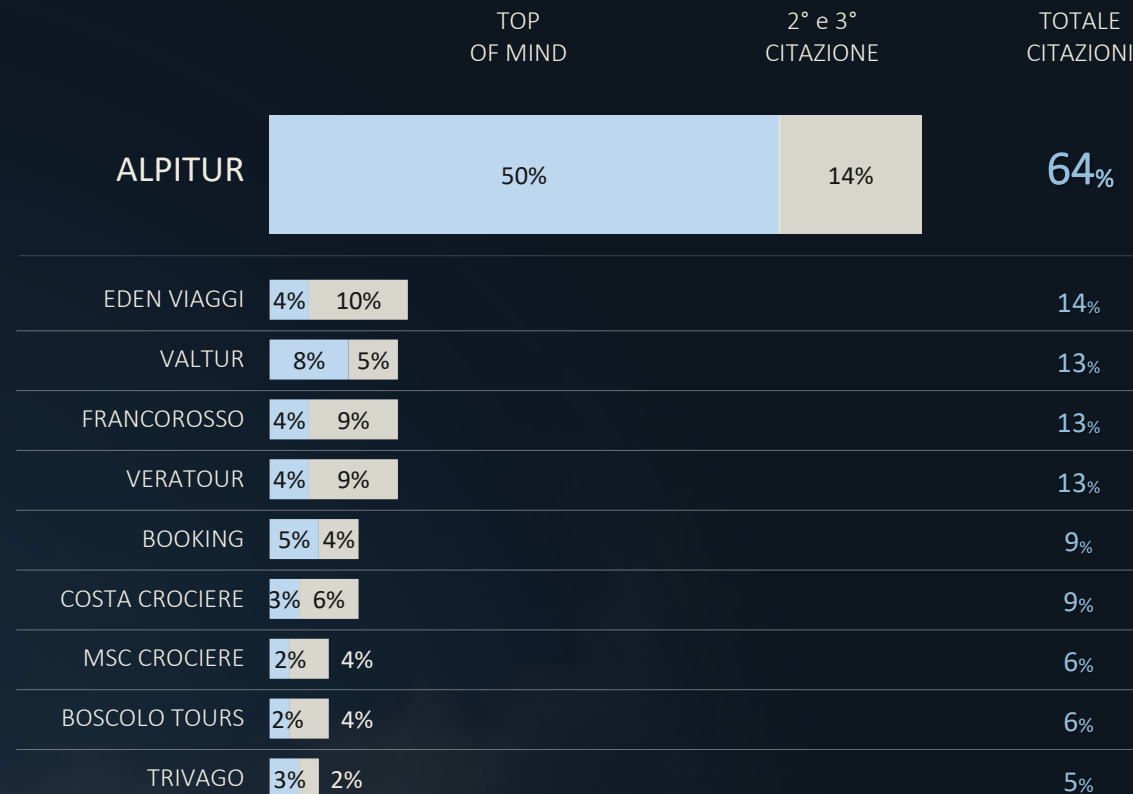
Come ha prenotato la struttura nella quale alloggerà?



TURISMO ORGANIZZATO

Notorietà spontanea dei tour operator

Pensando alle vacanze organizzate, quali sono i nomi dei primi tour operator italiani che le vengono in mente?



NON INDICA ALCUN NOME

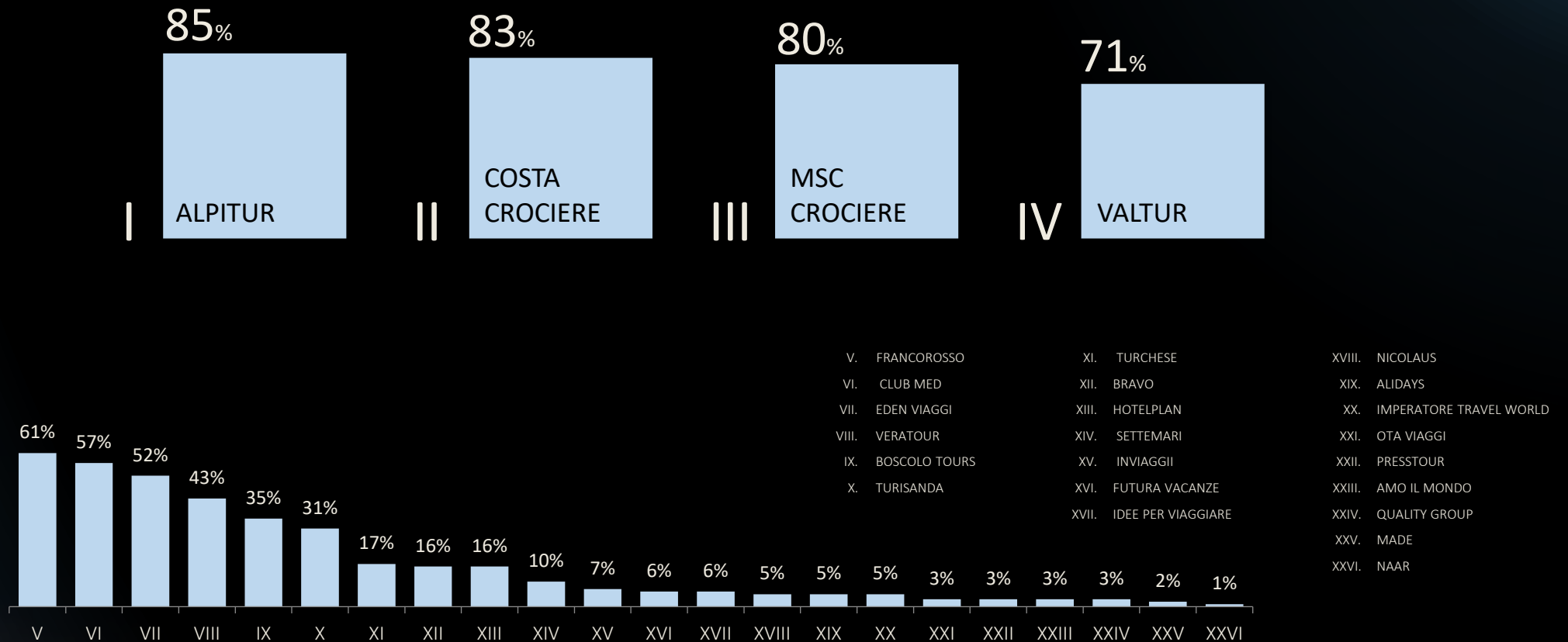
9%

MENO DI 5%

CLUB MED - VENTAGLIO - TURISANDA -
TRIPADVISOR - EXPEDIA - WE ROAD ITALIA -
GRANDI VIAGGI - AIRBNB - BRAVO -
SETTEMARI - TURCHESE

Notorietà sollecitata dei tour operator

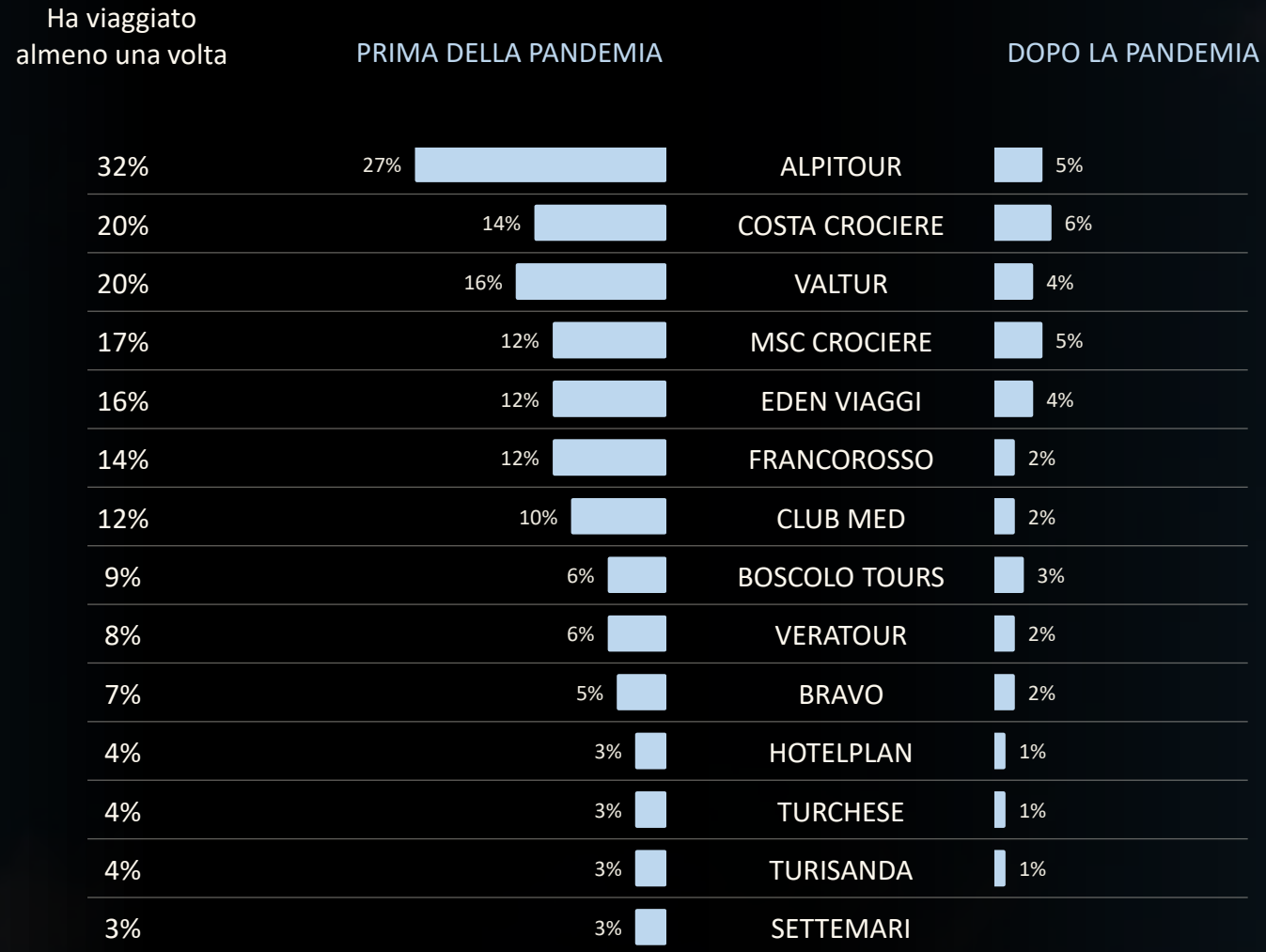
Quali dei seguenti tour operator italiani conosce, anche solo per averli sentiti nominare?



Rispondenti «sì, lo conosco»

Penetrazione dei tour operator

Con quali tour operator ha viaggiato almeno una volta?



Rispondenti «s), ho viaggiato con...»

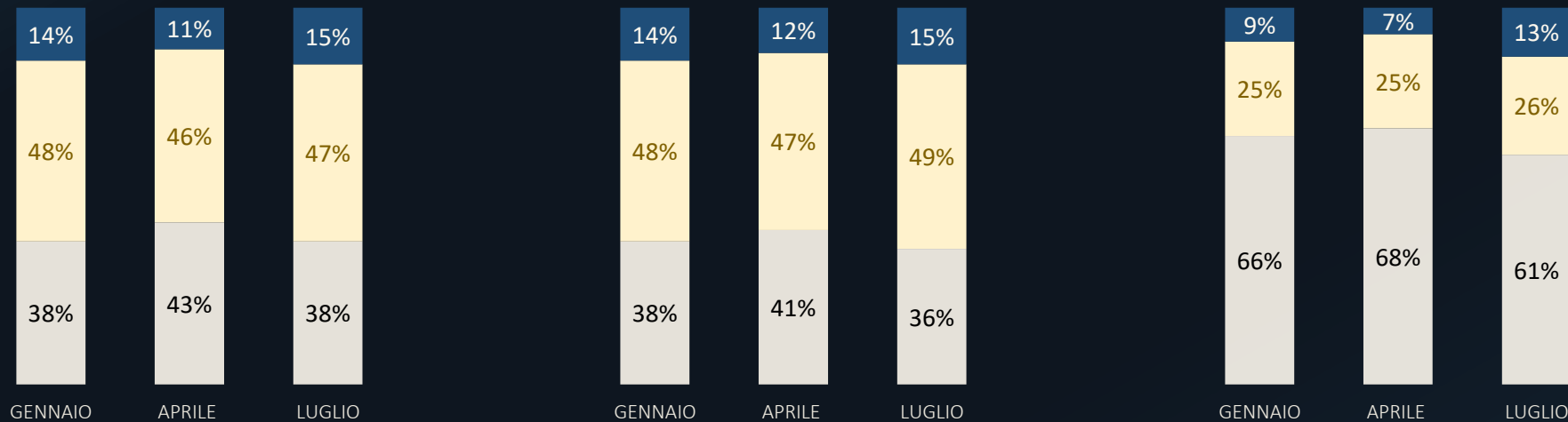
ECONOMIA E CONSUMI

STATO ATTUALE

Giudizi sullo stato dell'economia

Oggi, come definirebbe lo stato di...

■ POSITIVO ■ STABILE ■ NEGATIVO



ECONOMIA PERSONALE



ECONOMIA FAMILIARE

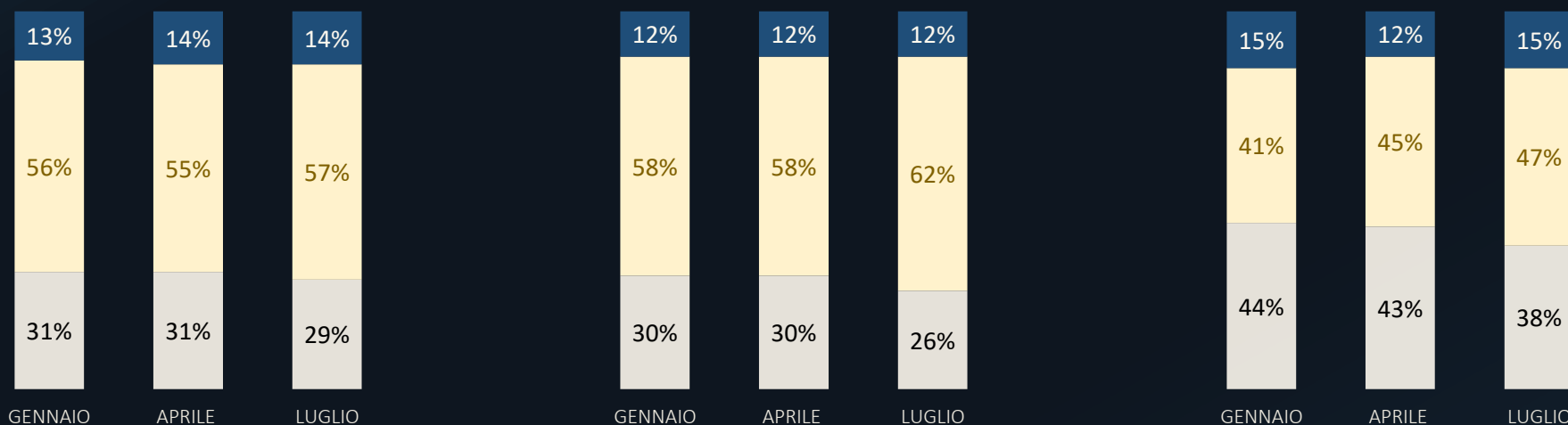


ECONOMIA ITALIANA

Aspettative per il futuro

Secondo lei, nei prossimi tre mesi, come evolverà lo stato di...

■ MIGLIORERÀ
 ■ RIMARRÀ INVARIATO
 ■ PEGGIORERÀ



ECONOMIA PERSONALE



ECONOMIA FAMILIARE



ECONOMIA ITALIANA

ASPETTATIVE

Aspettative sui consumi

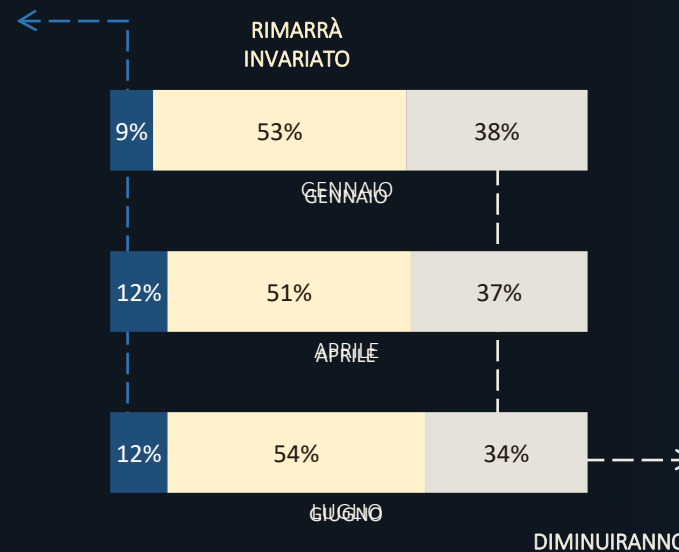
Come pensa evolveranno i suoi consumi nei prossimi tre mesi?

Consumi che aumenteranno

Per quali categorie di beni o servizi prevede un aumento nei suoi consumi?

			var su gennaio
I	ALIMENTARI	49%	-12
II	ABITAZIONE, ACQUA, ELETTRICITÀ, GAS E ALTRI COMBUSTIBILI	45%	-4
III	SERVIZI SANITARI E SALUTE	36%	+6
IV	ABBIGLIAMENTO, CALZATURE E ACCESSORI	20%	-4
V	SVAGO	20%	-1
VI	BEVANDE ALCOLICHE E TABACCHI	17%	+2
VII	MOBILI, ARTICOLI E SERVIZI PER LA CASA	14%	+7
VIII	MOBILITÀ E TRASPORTI	11%	-8
IX	ISTRUZIONE	10%	+4
X	ELETTRONICA E TECNOLOGIA	8%	-1
XI	INTRATTENIMENTO E CULTURA	6%	-3
XII	SPORT E ATTIVITÀ FISICA	6%	-8
XIII	BELLEZZA E CURA DEL CORPO	6%	-2

AUMENTERANNO



Consumi che diminuiranno

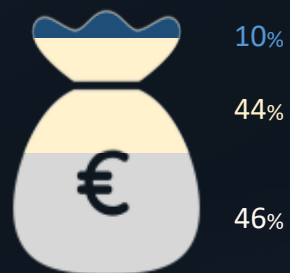
Per quali categorie di beni o servizi prevede una diminuzione nei suoi consumi?

			var su gennaio
I	ABBIGLIAMENTO, CALZATURE E ACCESSORI	57%	-3
II	SVAGO	35%	-5
III	ALIMENTARI	28%	+2
IV	MOBILI, ARTICOLI E SERVIZI PER LA CASA	27%	-1
V	BEVANDE ALCOLICHE E TABACCHI	26%	+2
VI	BELLEZZA E CURA DEL CORPO	21%	-4
VII	ABITAZIONE, ACQUA, ELETTRICITÀ, GAS	17%	+1
VIII	SERVIZI SANITARI E SALUTE	16%	+4
IX	ELETTRONICA E TECNOLOGIA	15%	-6
X	SPORT E ATTIVITÀ FISICA	9%	-1
XI	INTRATTENIMENTO E CULTURA	8%	-4
XII	MOBILITÀ E TRASPORTI	7%	+1
XIII	ISTRUZIONE	2%	+1

Aspettative per i risparmi

Come pensa evolveranno i suoi risparmi nei prossimi tre mesi?

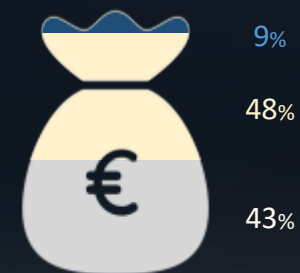
- AUMENTERANNO
- RIMARRÀ INVARIATO
- DIMINUITANNO



GENNAIO



APRILE

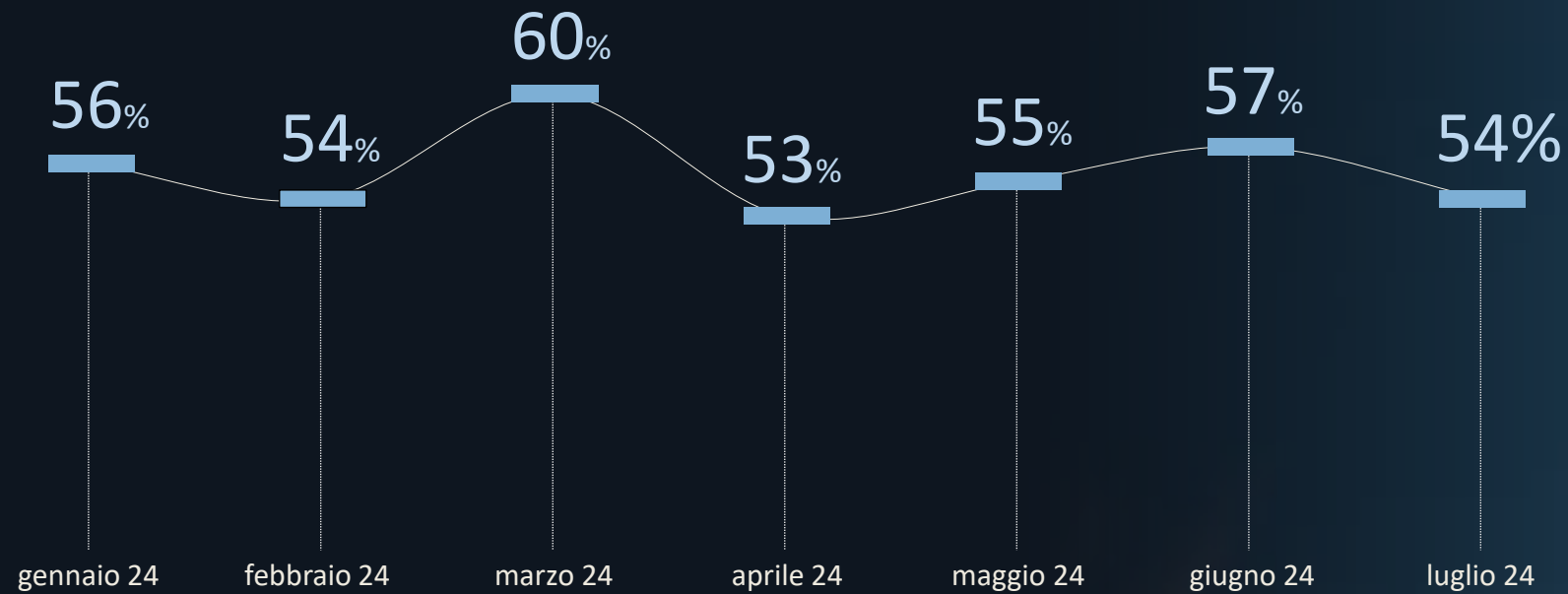


LUGLIO

FIDUCIA NEI SONDAGGI

Grado di fiducia verso i sondaggi d'opinione

Quanta fiducia ha nei sondaggi che rilevano le opinioni della gente?



Valutazioni su una scala da 1 a 5, con voti di "fiducia" 4-5

SIGMA consulting Talks

Sigma Consulting è un istituto di ricerca sociale, economica e di mercato che fornisce insight in ambito strategico, commerciale e marketing. Conduce studi e indagini promuovendo un approccio di ricerca di tipo integrato.

La missione di Sigma Consulting è offrire strumenti di supporto per le decisioni di chi affronta le sfide del mercato ed è interessato a capire i bisogni e le attese dei soggetti ai quali si rivolge.

Sigma Consulting opera secondo standard d'eccellenza ed applica il codice internazionale ICC/ESOMAR (International Code of Marketing and Social Research Practice).

L'istituto dispone di un [panel online](#) che garantisce audience globale e rappresentatività, il giusto strumento per ascoltare rapidamente il pubblico di riferimento e ottenere insight calibrati e immediatamente azionabili.

Il panel di Sigma Consulting è un complesso di know how, risorse ed esperienze alle quali ricorrono imprese, dipartimenti universitari, enti di ricerca e soggetti attivi nel campo delle indagini sociali e di mercato per selezionare il giusto target ed ottenere risposte chiare a interrogativi specifici e puntuali.

Via del Cinema, 5 - 61122 Pesaro (PU)
Tel: +39 0721 415210

