

Contraffazione e Abusivismo: L'opinione dei consumatori e delle imprese del terziario

documento informativo completo

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Research Srl
(www.formatresearch.com)

soggetto committente: Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi delle province del Friuli Venezia Giulia (Confcommercio Friuli Venezia Giulia)

soggetto acquirente: Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi delle province del Friuli Venezia Giulia (Confcommercio Friuli Venezia Giulia)

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 10 al 15 novembre 2017.

mezzo di comunicazione¹:

Il Gazzettino

Messaggero Veneto

¹ Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

Format Research s.r.l.
Sede Legale
Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:
04268451004
Cap. Soc. € 25.850,00i.v.

www.formatresearch.com
info@formatresearch.com
format@pec.formatresearch.com



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

Il Piccolo

TgR Friuli Venezia Giulia

www.triesteprima.it

www.ilfriuli.it

www.udinetoday.it

data di pubblicazione del sondaggio: 09 maggio 2018

temi / fenomeni oggetto del soggetto: Indagine sul tema della contraffazione e dell'abusivismo effettuata presso i consumatori e gli imprenditori del terziario del Friuli Venezia Giulia.

popolazione di riferimento: Consumatori e Imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia

estensione territoriale del sondaggio:

AVIANO	PAVIA DI UDINE
AZZANO DECIMO	PINZANO AL TAGLIAMENTO
BARCIS	POLCENIGO
BERTIOLO	PORCIA
BICINICCO	PORDENONE
BORDANO	POVOLETTO
BRUGNERA	POZZUOLO DEL FRIULI
BUJA	PRADAMANO
BUTTRIO	PRATA DI PORDENONE
CAMPOFORMIDO	PRAVISDOMINI
CANEVA	PRECENICCO
CASARSA DELLA DELIZIA	PREPOTTO
CASTELNOVO DEL FRIULI	REANA DEL ROJALE
CASTIONS DI STRADA	RIVE D'ARCANO
CIVIDALE DEL FRIULI	RONCHI DEI LEGIONARI
CODROIPO	ROVEREDO IN PIANO
CORDENONS	RUDA
CORMONS	SACILE
DOLEGNA DEL COLLIO	SAN CANZIAN D'ISONZO
DUINO-AURISINA	SAN DANIELE DEL FRIULI
FIUME VENETO	SAN DORLIGO DELLA VALLE - DOLINA

FIUMICELLO	SAN FLORIANO DEL COLLIO
FOGLIANO REDIPUGLIA	SAN VITO AL TAGLIAMENTO
FONTANAFREDDA	SAVOGNA D'ISONZO
FORNI DI SOPRA	SEDEGLIANO
FORNI DI SOTTO	SESTO AL REGHENA
FRISANCO	SOCCHIEVE
GEMONA DEL FRIULI	SPILIMBERGO
GONARS	STARANZANO
GORIZIA	TALMASSONS
GRADISCA D'ISONZO	TARVISIO
GRADO	TAVAGNACCO
LATISANA	TEOR
LESTIZZA	TOLMEZZO
MAGNANO IN RIVIERA	TRASAGHIS
MANIAGO	TRAVESIO
MANZANO	TRICESIMO
MERETO DI TOMBA	TRIESTE
MOIMACCO	TURRIACO
MONFALCONE	UDINE
MORARO	VALVASONE
MORUZZO	VENZONE
MOSSA	VILLA VICENTINA
MUGGIA	VIVARO
MUZZANA DEL TURGNANO	
NIMIS	
PAGNACCO	
PALAZZOLO DELLO STELLA	
PALMANOVA	
PALUZZA	
PASIAN DI PRATO	
PASIANO DI PORDENONE	

metodo di campionamento:

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese di interesse.

Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori di interesse.

rappresentatività del campione²:

CONSUMATORI: Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori del Friuli Venezia Giulia. Domini di studio del campione: Sesso (maschi, femmine), Classe d'età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, oltre 64 anni), Territorio (Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine).

IMPRESE: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia. Domini di studio del campione: Dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti), Settore di attività (commercio al dettaglio, turismo, servizi), Territorio (Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine).

metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

consistenza numerica del campione³

CONSUMATORI FVG: Numerosità campionaria complessiva: 520 casi (n. 520 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 313 (27,0%); "Rifiuti": 325 (28,1%); "Sostituzioni": 638 (55,1%). Sovra-campionamento Lignano (n. 120 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,4%). Fonte delle anagrafiche: Abbonati agli elenchi telefonici.

IMPRESE FVG: Numerosità campionaria complessiva: 520 casi (n. 520 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 360 (29,2%); "Rifiuti": 353 (28,6%); "Sostituzioni": 713 (57,8%). Sovra-campionamento Lignano (n. 120 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,4%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

² Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

³ Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

testo integrale di tutte le domande (questionario)

Indagine ai consumatori:

1. Le è mai capitato almeno una volta (nel 2017) di acquistare prodotti illegali (contraffatti) o di utilizzare i servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati? *(Una risposta)*

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI: 100%

2. (Solo per chi ha risposto sì) Quali prodotti (o servizi) del genere di cui sopra ha acquistato nell'ultimo anno (2017)? *(Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)*

	Acquisto
A. Prodotti alimentari (incluse bevande). Es. <i>Parmesan</i> e non <i>Parmigiano Reggiano</i>	Sì / No
B. Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici	Sì / No
C. Musica. Video. Videogiochi	Sì / No
D. Prodotti di abbigliamento (ABBIGLIAMENTO)	Sì / No
E. Prodotti di pelletteria (borse, cinture, portafogli)	Sì / No
F. Scarpe / calzature	Sì / No
G. Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio)	Sì / No
H. Giocattoli	Sì / No
I. Orologi / Gioielli / Occhiali	Sì / No
J. Profumi e prodotti cosmetici	Sì / No
K. Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema.	Sì / No

- | | |
|--|---------|
| L. Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati) | Sì / No |
| M. Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising) | Sì / No |

TOTALE RISPONDENTI: 25,3%

3. Secondo Lei, perché si acquista un prodotto contraffatto o si ricorre a servizi esercitati in modo palesemente abusivo, o si scaricano illegalmente dal web prodotti piratati...? (Almeno tre risposte a meno che non rispondano "è un acquisto come un altro". Sì/No) ^(a)

- ...per mancanza di sufficiente informazione sui pericoli che si corrono acquistando beni e servizi illegali o assumendo comportamenti come scaricare illegalmente dal web musica, film, biglietti contraffatti per eventi e spettacoli |__|
- ...perché si pensa di fare un buon affare, risparmiando |__|
- ...perché anche se è "pericoloso" o "rischioso" acquistare un prodotto illegale (es. un prodotto contraffatto, scaricare illegalmente un film o un videogioco) è comunque è più economico e si risparmia |__|
- ...perché acquistando da un ambulante, ad esempio, si pensa di fare una buona azione aiutando una persona in difficoltà |__|
- ...perché non si hanno i soldi per comprare i prodotti "legali", e che comunque si desidera possedere, oppure perché un servizio o una professione, sia pure esercitata abusivamente, costa meno |__|
- ...perché i prodotti illegali (un software piratato, un prodotto di abbigliamento contraffatto, una borsa con una falsa griffe, etc) costano comunque meno rispetto a quelli non illegali |__|
- ...perché è divertente acquistare questo genere di prodotti, soprattutto quando si è in vacanza |__|
- ...perché è giusto sostenere forme di commercio alternative a quelle istituzionali e battersi contro i prezzi "troppo elevati" dei "prodotti originali" |__|

- ... (solo a coloro che hanno acquistato su Internet) perché sulla "rete" si trovano prodotti altrimenti di difficile reperimento e che si desidera acquistare anche se illegali |___|
- ...non c'è una ragione particolare, è un acquisto come un altro |___|

^(a) *Per gli intervistatori:* Quando si tratta di prodotti quali video, musica, giochi la fonte non è solo il download da Internet ma anche la vendita (ed ultimamente anche il noleggio) di cd /dvd pirata.

TOTALE RISPONDENTI: 100%

4. Quanto si dichiara d'accordo con l'affermazione "l'acquisto dei prodotti illegali (non originali, o comunque contraffatti) o l'utilizzo di servizi irregolari (abusivi) è piuttosto normale e per di più si rivela utile per coloro che sono in difficoltà economiche"? *(Una risposta)*

- Molto d'accordo 1
- Abbastanza d'accordo 2
- Mediamente d'accordo 3
- Poco d'accordo 4
- Per nulla d'accordo 5

TOTALE RISPONDENTI: 100%

5. È informato sul rischio di sanzioni amministrative per gli acquirenti, se sorpresi dalle forze dell'ordine a fare acquisti illegali / di prodotti o servizi contraffatti e abusivi? *(Una risposta)*

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI: 100%

6. Secondo Lei acquistare prodotti illegali, e/o scaricarli illegalmente dal web, e/o utilizzare i servizi prestati abusivamente può comportare dei rischi ...? *(Almeno due risposte, a meno che non rispondano "no")*

- Sì, possono comportare dei danni per la salute 1
- Sì, possono comportare dei danni per sicurezza 2

- Sì, la qualità del prodotto o la qualità del servizio può rivelarsi scarsa 3
- Sì, nel caso in cui si verifici un problema non ci si può avvantaggiare di una alcuna forma di assistenza post vendita (non c'è la garanzia) 4
- Sì, nel caso di un problema non ci si può avvantaggiare di alcuna forma assicurativa o comunque a tutela del consumatore 5
- Sì, chi acquista prodotti illegali potrebbe essere multato 6
- No, non comportano alcun rischio 7

TOTALE RISPONDENTI: 100%

Indagine alle imprese

1. Pensando all'attività della Sua impresa, quanto ritiene che questa sia danneggiata dall'azione della illegalità, ovvero da meccanismi commerciali fuori dalle regole che alterano la concorrenza e inquinano il mercato nel territorio nel quale opera? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

TOTALE RISPONDENTI: 100%

2. Quanto si dichiara d'accordo con l'assunto "al di là dell'andamento dell'economia, Lei ritiene che questo fenomeno (mercato dei prodotti illegali e dell'esercizio abusivo delle professioni) sia in continua crescita?" (Una risposta)

- Molto d'accordo 1
- Abbastanza d'accordo 2
- Poco d'accordo 3
- Per nulla d'accordo 4

TOTALE RISPONDENTI: 100%

3. Nell'ultimo anno (2017), rispetto all'anno passato 2016, Lei ritiene che il fenomeno della illegalità che insiste nel territorio nel quale opera la Sua impresa sia...? (Una risposta)

- Molto aumentato 1
- Aumentato 2
- Rimasto lo stesso 3
- Diminuito 4
- Molto diminuito 5

TOTALE RISPONDENTI: 100%

4. Pensando all'illegalità in tutte le sue diverse forme (contraffazione dei prodotti, acquisizione illegale di prodotti via internet come film, musica e videogiochi, abusivismo commerciale e/o esercizio illegale di una professione, taccheggio), qual è l'effetto che pesa di più sulla Sua impresa? (Due risposte)

- La riduzione dei ricavi/fatturato (la mancata vendita) 1
- La perdita di appeal della sua impresa 2
- La perdita di appeal dei prodotti venduti e/o dei servizi erogati dalla sua impresa 3
- La concorrenza sleale in generale 4
- Il dovere rinunciare ad assumere nuovi addetti (o mantenere quelli attuali) a causa delle difficoltà nel sostenere i costi 5
- La spesa che deriva dall'acquisto di servizi di videosorveglianza/ antitaccheggio o da personale di sorveglianza per la prevenzione del fenomeno 6
- Altro (specificare) 7

TOTALE RISPONDENTI: 100%

5. A Suo giudizio, le leggi che oggi contrastano i reati sopra citati (furti, rapine, estorsioni, usura, contraffazione e abusivismo) sono efficaci? (Una risposta)

- Sì, molto 1

- Sì, abbastanza 2
- No, poco 3
- No, per nulla 4

TOTALE RISPONDENTI: 100%

6. Pensando al fenomeno del taccheggio (furto della merce esposta in vendita) nell'ultimo anno rispetto all'anno precedente tale fenomeno nel SUO ESERCIZIO COMMERCIALE è...? (Una risposta)

- Aumentato 1
- Rimasto invariato 2
- Diminuito 3

TOTALE RISPONDENTI: 33,8%

7. Il fenomeno del taccheggio quanto incide negativamente in percentuale sui ricavi dell'impresa? (Una risposta)

- 0% (Non ne sono mai stato vittima) 1
- 1-5% 2
- 6-10% 3
- 11-15% 4
- 16-20% 5
- 21-25% 6
- Oltre 25% 7

TOTALE RISPONDENTI: 33,8%