

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)

titolo del sondaggio

Legalità mi piace 2016. L'opinione delle imprese del terziario sul taccheggio e l'illegalità.

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl

soggetto committente

Confcommercio Imprese per l'Italia

soggetto acquirente

Confcommercio Imprese per l'Italia

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 18 al 25 ottobre 2016.

mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

<http://www.aostaoggi.it/economia/8278-contraffazione-confcommercio-fenomeno-erischi-per-la-salute-sono-in-aumento.html>

<http://www.lamescolanza.com/20161118/prodotti-illegali-acquisti-crescita-irrimediabile-creare-legalita/>

Format Research s.r.l. – sede legale e operativa - via ugo balzani 77
00162 roma, italia - rea 747042/rm

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96

cf / p.iva / reg.imp.roma: 04268451004
cap. soc. € 10.340,00 i.v.

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



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

data di pubblicazione o diffusione

18 novembre 2016

temi / fenomeni oggetti del soggetto

Indagine di opinione sul tema della contraffazione e dell'abusivismo commerciale effettuata presso gli imprenditori del terziario.

popolazione di riferimento

L'indagine è stata basata su un campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del terziario.

comuni di rilevazione (elenco)

Agrigento
Alessandria
Ancona
Arezzo
Ascoli Piceno
Asti
Avellino
Bari
Barletta-Andria-Trani
Belluno
Benevento
Bergamo
Biella
Bologna
Bolzano/Bozen
Brescia
Brindisi
Cagliari
Caltanissetta
Campobasso
Carbonia-Iglesias
Caserta
Catania
Catanzaro
Chieti

Como
Cosenza
Cremona
Crotone
Cuneo
Enna
Fermo
Ferrara
Firenze
Foggia
Forlì-Cesena
Frosinone
Genova
Gorizia
Grosseto
Imperia
Isernia
La Spezia
L'Aquila
Latina
Lecce
Lecco
Livorno
Lodi
Lucca
Macerata
Mantova
Massa-Carrara
Matera
Medio Campidano
Messina
Milano
Modena
Monza e della Brianza
Napoli
Novara
Nuoro
Ogliastra
Olbia-Tempio
Oristano
Padova
Palermo
Parma
Pavia

Perugia
Pesaro e Urbino
Pescara
Piacenza
Pisa
Pistoia
Pordenone
Potenza
Prato
Ragusa
Ravenna
Reggio di Calabria
Reggio nell'Emilia
Rieti
Rimini
Roma
Rovigo
Salerno
Sassari
Savona
Siena
Siracusa
Sondrio
Taranto
Teramo
Terni
Torino
Trapani
Trento
Treviso
Trieste
Udine
Valle d'Aosta/Vallée
d'Aoste
Varese
Venezia
Verbano-Cusio-Ossola
Vercelli
Verona
Vibo Valentia
Vicenza
Viterbo

metodo di campionamento

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del terziario per dimensione, settore di attività, area geografica.

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=1.002 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, 50-249, oltre 249 addetti), settore di attività (commercio, turismo, servizi, trasporti), area geografica (Nord ovest, Nord est, Centro, Sud e isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,2%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il sistema Cati (Computer assisted telephone interview) e Cawi (Computer assisted web interview).

consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate

	cifra	percentuale
non reperibili	1.565	55,1%
rifiuti	274	9,6%
sostituzioni	1.839	64,7%
totale interviste	1.002	21,4%

testo integrale di tutte le domande

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
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

Totale rispondenti: 100,0%

2. Nell'ultimo anno (2016), rispetto all'anno passato 2015, Lei ritiene che il fenomeno della illegalità che insiste nel territorio nel quale opera la Sua impresa sia ...? (Una risposta)

- Molto aumentato
- Aumentato
- Rimasto lo stesso
- Diminuito
- Molto diminuito

Totale rispondenti: 100,0%

3. 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 azienda? (Due risposte. Sì/No)

- A. la riduzione dei ricavi/fatturato (la mancata vendita)
- B. la perdita di appeal della sua impresa
- C. la perdita di appeal dei prodotti venduti e/o dei servizi erogati dalla sua impresa
- D. la concorrenza sleale in generale
- E. il dovere rinunciare ad assumere nuovi addetti (o mantenere quelli attuali) a causa delle difficoltà nel sostenere i costi
- F. la spesa che deriva dall'acquisto di servizi di videosorveglianza/ antitaccheggio o da personale di sorveglianza per la prevenzione del fenomeno
- G. Altro (specificare)

Totale rispondenti: 100,0%

4. Quanto si dichiara d'accordo con la seguente affermazione: *"al di là dell'andamento dell'economia lei ritiene questo fenomeno (mercato dei prodotti illegali e dell'esercizio abusivo delle professioni) sia in continua crescita?"* (Una risposta)

- Molto d'accordo
- Abbastanza d'accordo
- Poco d'accordo
- Per nulla d'accordo

Totale rispondenti: 100,0%

5. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) 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

- Rimasto invariato
- Diminuito

Totale rispondenti: 18,4%

6. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Pensando al fenomeno del taccheggio rispetto agli anni della crisi, ad oggi nel SUO ESERCIZIO COMMERCIALE tale fenomeno sia...? (Una risposta)

- Aumentato
- Rimasto invariato
- Diminuito

Totale rispondenti: 18,4%

7. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Il fenomeno del taccheggio quanto incide negativamente in percentuale sui ricavi dell'impresa? (Una risposta)

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

Totale rispondenti: 18,4%

8. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Rispetto agli anni della crisi, quanto il fenomeno del taccheggio ha inciso negativamente in percentuale sui ricavi dell'impresa? (Una risposta)

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

Totale rispondenti: 18,4%

9. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Secondo la Sua personale esperienza, nel Suo esercizio commerciale ha notato che il fenomeno del taccheggio è risultato praticato in prevalenza da... (Una risposta)

Genere

- Uomini 1
- Donne 2

Età

- Giovanissimi (fino a 18 anni) 1
- Giovani (19-34 anni) 2
- Adulti (35-64 anni) 3
- Anziani (oltre 64 anni) 4

Nazionalità

- Italiani 1
- Cittadini UE 2
- Extra-UE 3

Tipologia di famiglia

- Persone con famiglia propria e figli 1
- Persone senza famiglia propria e figli 2

Totale rispondenti: 18,4%

10. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) In percentuale, quanti casi di taccheggio il Suo esercizio commerciale è riuscito a bloccare evitando il furto della merce? (Una risposta)

- Tutti / quasi tutti 1
- Una buona parte 2
- Qualcuno 3
- Molto pochi 4
- Nessuno o quasi nessuno 5

Totale rispondenti: 18,4%

11. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Con riferimento al fenomeno del taccheggio, quali tra le seguenti misure la Sua impresa ha messo in campo per difendersi? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)

- A. Vigilanza non armata
- B. Vigilanza armata

- C. Formazione del personale in negozio
- D. Dispositivi anti-taccheggio (ovvero sorveglianza video e altre modalità di sorveglianza da remoto e/o attraverso dispositivi informatici / digitali)
- E. Altro
- F. Non utilizzo alcuna misura anti-taccheggio

Totale rispondenti: 18,4%

12. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO CHE UTILIZZANO MISURE ANTI-TACCHEGGIO) Quanto pesa in media sul totale dei ricavi ogni anno la spesa che la Sua impresa è chiamata ad affrontare per dotarsi di tali misure anti-taccheggio? (Una risposta per ciascun item)

- A. Meno dell'1%
- B. 1%
- C. 2-3%
- D. 4-5%
- E. 6-10%
- F. 11-15%
- G. Oltre il 15%

Totale rispondenti: 13,6%

13. Da due anni a questa parte (dal 2014) a suo avviso la "pressione fiscale" rispetto ad oggi è...?(Una risposta)

- Aumentata
- Rimasta invariata
- Diminuita

Totale rispondenti: 100,0%

14. Classe di addetti dell'impresa (Una risposta)

- 1 addetti
- 2-5 addetti
- 6-9 addetti
- 10-19 addetti
- 20-49 addetti
- 50-249 addetti
- Oltre 249 addetti

Totale rispondenti: 100,0%

15. Settore di attività (Una risposta)

- Imprese del commercio
 - Prodotti alimentari (incluse bevande)
 - Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici
 - Musica. Video. Videogiochi
 - Abbigliamento
 - Pelletteria (borse, cinture, portafogli, etc)
 - Scarpe / calzature
 - Farmaci
 - Prodotti parafarmaceutici
 - Giocattoli
 - Ottica
 - Orologi
 - Gioielli
 - Profumi e prodotti cosmetici
- Imprese del turismo
- Imprese dei trasporti
- Imprese dei servizi alla persona
- Imprese dei servizi alle imprese

Totale rispondenti: 100,0%