

# **Legalità mi piace 2014**

## **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 2014**

**soggetto che ha realizzato il sondaggio**  
**Format 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**  
**3 – 7 novembre 2014**

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

**Qn, Il Velino, Borsa Italiana, Ansa, Rai News, Adnkronos, L'Arena, La Nuova Ferrara, Il Centro, La Gazzetta del Mezzogiorno, Online News, L'Unione Sarda, Il Giornale delle Pmi, Kairos**

**format s.r.l.** – sede legale e operativa - via ugo balzani 77  
00162 roma, italia - rea 747042/rm  
**format nord est** – 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](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com) - [format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



**data di pubblicazione o diffusione**

**22 novembre 2014**

**temi / fenomeni oggetti del soggetto**

**Contraffazione e abusivismo commerciale**

**popolazione di riferimento**

**(A) Consumatori ; (B) Imprese italiane del terziario**

**estensione territoriale del sondaggio**

**comuni di rilevazione (elenco)**

ALBA	MIRANDOLA	ROTONDI
ALBA ADRIATICA	MODENA	ROVEREDO IN PIANO
DEL VINO	MOLINARA	RUVO DI PUGLIA
AREZZO	MONSANO	SAN CESARIO SUL PANARO
ASTI	MONSUMMANO TERME	SAN GIORGIO DELLA RICHINVELDA
ATRIPALDA	MONTAGANO	SAN GIORGIO IN BOSCO
AVEZZANO	MONTAIONE	SAN GIOVANNI IN GALDO
AVIANO	MONTALDO BORMIDA	SAN GIOVANNI IN MARGIGNANO
AVOLA	MONTALTO DI CASTRO	SAN GIOVANNI SUERGIU
AZZANO DECIMO	MONTE ARGENTARIO	SAN GIOVANNI TEATINO
BARLETTA	MONTE ROBERTO	SAN GIULIANO TERME
BELPASSO	MONTEFINO - TE	SAN MAURIZIO CANAVESE
BELVEDERE MARITTIMO	MONTELUPO FIORENTINO	SAN MAURIZIO D'OPAGLIO
BENEVENTO	MONTEMARCIANO	SAN MAURO PASCOLI
BERGAMO	MONTENERO DI BISACCIA	SAN NICOLO' D'ARCIDANO
BITTI	MONTEPULCIANO	SAN PAOLO DI JESI
BLEGGIO INFERIORE	MONTEREALE	SAN QUIRINO
BOJANO	MONTEREALE VALCELLINA	SAN VITO CHIETINO
BOLGARE	MONTEROTONDO	SAN VITO LO CAPO
BOLOGNA	MONTESARCHIO	SANDRIGO
BOLZANO	MONTI	SANREMO
BOMPORTO	MONTICELLO CONTE OTTO	SANTA CROCE SULL'ARNO
BONEA	MONTIERI	SANTA LUCIA DEL MELA
BORGO SAN LORENZO	MORGEX	SANTA MARIA A MONTE
BORMIO	MORSANO AL TAGLIAMENTO	SANTA MARIA CAPUA VETERE
CASALECCHIO DI RENO	MURLO	SANTARCANGELO DI ROMAGNA
CASALGRANDE	MUSSOMELI	SANT'EGIDIO ALLA VIBRATA
CASARANO	NAPOLI	SANTERAMO IN COLLE
CASATENOVO	NERVIANO	SARRE
CASERTA	NIBIONNO	SASSARI
CASTEL SANT'ELIA	NOCETO	SAVOIA DI LUCANIA
CASTEL VISCARDO	NOLA	SAVONA
CASTIONE ANDEVENNO	NORBELLO	SCANSANO
CAVASSO NUOVO	ORBASSANO	SEDICO
CEFALU'	ORISTANO	SELVAZZANO DENTRO
CEGLIE MESSAPICO	OROSEI	SENIGALLIA
COPPARO	OROTELLI	SERAVEZZA
CORBETTA	ORTEZZANO	SERINO
CORDENONS	OSIMO	SESTO AL REGHENA
CORDOVADO	OSTELLATO	SESTO FIORENTINO
CORIGLIANO D'OTRANTO	OSTRA VETERE	SESTRI LEVANTE
CORTINA D'AMPEZZO	OZZANO DELL'EMILIA	SESTU
COSENZA	PADERNO DUGNANO	SETTIMO TORINESE
CRAVANZANA	PADERNO PONCHIELLI	SICULIANA

CREMA	PADOVA	SIENA
CREMONA	PAESE	SILVI
CREVALCORE	PALERMO	SINISCOLA
CRISPIANO	PANICALE	SIRACUSA
CROCETTA DEL MONTELLLO	PANTIGLIATE	SIROR
CROSIA	PARABIAGO	SOMMA LOMBARDO
CROTONE	PARMA	SORA
CUNARDO	PASIANO DI PORDENONE	SOVERE
CUNEO	PAVIA	SPILAMBERTO
CUPRAMONTANA	PELLIO INTELVI	SPIILIMBERGO
CUSANO MUTRI	PERGOLA	SPIRANO
DESENZANO DEL GARDA	PERUGIA	SPOLETO
DIANO MARINA	PESARO	SPOTORNO
FERRAZZANO	PESCARA	SULMONA
FIRENZE	PESCIA	SUMMONTE
FISCIANO	PETTORANELLO DEL MOLISE	TAGGIA
FIUME VENETO	PIACENZA	TAIO
FOGGIA	PIANFEI	TALAMONA
FOLIGNANO	PIANORO	TARANTO
FOLIGNO	PIAZZA ARMERINA	TAVULLIA
FORNOVO DI TARO	PINZANO AL TAGLIAMENTO	TORINO
GAIOLE IN CHIANTI	PINZOLO	TORINO DI SANGRO
GALEATA	PISA	TORRE SANTA SUSANNA
GALLIATE	PISTICCI	TORRECUSO
GELA	PISTOIA	TORTONA
GENOVA	POLISTENA	TRADATE
GISSI	POMEZIA	TRAMONTI DI SOTTO
GIULIANOVA	PONTASSIEVE	TRANI
GORIZIA	PONTEREDA	TRASACCO
GORLA MINORE	PONT-SAINT-MARTIN	TRAVESIO
GRADOLI	PONZANO VENETO	TREBASELEGHE - PD
GRANAROLO DELL'EMILIA	POPOLI	TREGLIO
GRESSAN	PORCIA	TRENTO
GREZZANA	PORDENONE	TREZZO SULL'ADDA
GROSSETO	PORNASSIO	TRIESTE
LAIVES	PORTOFERRAIO	TROFARELLO
LALLIO	PORTOVENERE	UDINE
LAMA MOCOGNO	POTENZA	UDINE
LAMEZIA TERME	POZZALLO	UGENTO
LANA	POZZILLI	UMBERTIDE
LANUSEI	POZZONOVO	URBINO
L'AQUILA	POZZUOLI	URGNANO
L'AQUILA	PRATA DI PORDENONE	VADO LIGURE
LARCIANO	PRATO	VAIANO
LARINO	PRAVISDOMINI	VAJONT
LECCO	PRE' SAINT DIDIER	VAL DI VIZZE
LISSONE	RAVENNA	VALTOURNENCHE
LIVORNO	RECANATI	VARAZZE
LORETO	REGGIO EMILIA	VARNA
LUCCA	RENON	VASTO
LUGO	RHO	VAZZOLA
LURATE CACCIVIO	RICADI	VECCHIANO
MACERATA	RICCIA	VENAFRO
MACERATA - MC	RICCO' DEL GOLFO DI SPEZIA	VENARIA
MADDALONI	RIMINI	VENEZIA
MAIERATO	RIVA DEL GARDA	VENEZIA-CAVALLINO - VE
MAMOIADA	ROANA	VERDUNO
MANCIANO	ROCCASCALEGNA	VEROLI

## metodo di campionamento

**(A) CONSUMATORI: Campione rappresentativo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni.**

**(B) IMPRESE:** Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del terziario

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

**(A) CONSUMATORI:** Campione stratificato statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=1.000 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,2%). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.

**(B) IMPRESE:** Campione stratificato statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=1.000 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 [riaggregazione settori Ateco], servizi), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,2%). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

#### metodo di raccolta delle informazioni

interviste telefoniche somministrate con il sistema cati (computer assisted telephone interview)

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

#### **(A) CONSUMATORI:**

	cifra	percentuale
non reperibili	454	24,5%
rifiuti	401	21,6%
sostituzioni	855	46,1%
<b>totale interviste</b>	<b>1.000</b>	<b>53,9%</b>

**B) IMPRESE:**

	<b>cifra</b>	<b>percentuale</b>
<b>non reperibili</b>	<b>477</b>	<b>24,8%</b>
<b>rifiuti</b>	<b>444</b>	<b>23,1%</b>
<b>sostituzioni</b>	<b>921</b>	<b>47,9%</b>
<b>totale interviste</b>	<b>1.000</b>	<b>52,1%</b>

**testo integrale di tutte le domande (questionario)**
**(A) CONSUMATORI**

1. Le è mai capitato almeno una volta (nell'ultimo anno) di acquistare prodotti illegali (contraffatti) o di utilizzare i servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati?

- Sì
- No

**RISPONDENTI: 100%**

2. (Solo per chi ha risposto sì) Quali prodotti (o servizi) del genere di cui sopra ha acquistato nell'ultimo anno (2014)...? (Una risposta per ciascun item)

		<b>SE SÌ</b>
<b>Prodotti alimentari (incluse bevande). Es. Parmesan e non Parmigiano Reggiano.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Musica. Video. Videogiochi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Prodotti di abbigliamento (ABBIGLIAMENTO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Prodotti di pelletteria (borse, cinture, portafogli, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Scarpe / calzature</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>

<b>Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Giocattoli</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Orologi / Gioielli / Occhiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Profumi e prodotti cosmetici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema, etc.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>
<b>Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sì</li> <li>• No</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraverso canali tradizionali</li> <li>• Via web</li> </ul>

**RISPONDENTI: 25%**

3. (LA DOMANDA VA PROPOSTA PER CIASCUNO DEI PRODOTTI CHE L'INTERVISTATO HA DICHIARATO DI AVERE ACQUISTATO ALLA DOMANDA N. 2) Per chi ha risposto sì alla domanda 1) Quanto si ritiene soddisfatto/a di tali prodotti / servizi acquistati? (Una risposta)

<b>Prodotti alimentari (incluse bevande). Es. <i>Parmesan</i> e non <i>Parmigiano Reggiano</i>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>

<b>Musica. Video. Videogiochi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Prodotti di abbigliamento (ABBIGLIAMENTO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Prodotti di pelletteria (borse, cinture, portafogli, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Scarpe / calzature</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Giocattoli</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Orologi / Gioielli / Occhiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Profumi e prodotti cosmetici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema, etc.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> <li>• Per nulla</li> </ul>
<b>Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molto</li> <li>• Abbastanza</li> <li>• Mediamente</li> <li>• Poco</li> </ul>

**RISPONDENTI: 25%**

4. (LA DOMANDA VA PROPOSTA PER CIASCUNO DEI PRODOTTI CHE L'INTERVISTATO HA DICHIARATO DI AVERE ACQUISTATO ALLA DOMANDA N. 2 **NON SUL WEB**) In genere dove le è capitato di acquistare questi prodotti? (Una risposta per ciascun item)

<b>Prodotti alimentari (incluse bevande). Es. Parmesan e non Parmigiano Reggiano.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Musica. Video. Videogiochi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Prodotti di abbigliamento (ABBIGLIAMENTO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Prodotti di pelletteria (borse, cinture, portafogli, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Scarpe / calzature</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Giocattoli</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini</li> </ul>

	(improvvisati) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Orologi / Gioielli / Occhiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Profumi e prodotti cosmetici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema, etc.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
<b>Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> </ul>

<b>Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altro</li> <li>• Presso un negozio</li> <li>• Presso un venditore ambulante in strada (e in spiaggia)</li> <li>• Presso le bancarelle di mercatini (improvvisati)</li> <li>• Vendite in appartamento</li> <li>• Altro</li> </ul>
--	---

**RISPONDENTI: 25%**

6. 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) <sup>(a)</sup>

- ...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, etc.
- ...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) un 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

<sup>(a)</sup> *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.

**RISPONDENTI: 100%**

7. Quanto si dichiara d'accordo con la seguente 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 dato il periodo di crisi**"? (Una risposta)

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

**RISPONDENTI: 100%**

8. A suo avviso, quali tra i seguenti acquisti di prodotti e servizi contraffatti o abusivi sono ammissibili per soddisfare i propri bisogni o quelli della propria famiglia **alla luce della crisi economica in atto** (Max due risposte)?

<b>Prodotti alimentari (incluse bevande). Es. Parmesan e non Parmigiano Reggiano.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre</li> <li>• Solo in alcuni casi</li> <li>• Solo in caso di estremo / vero bisogno</li> <li>• Mai</li> </ul>
<b>Prodotti di elettronica (cellulari, dvd, software, etc) ed elettrodomestici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre</li> <li>• Solo in alcuni casi</li> <li>• Solo in caso di estremo / vero bisogno</li> <li>• Mai</li> </ul>
<b>Musica. Video. Videogiochi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre</li> <li>• Solo in alcuni casi</li> <li>• Solo in caso di estremo / vero bisogno</li> <li>• Mai</li> </ul>
<b>Prodotti di abbigliamento (ABBIGLIAMENTO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre</li> <li>• Solo in alcuni casi</li> <li>• Solo in caso di estremo / vero</li> </ul>

	bisogno • Mai
<b>Prodotti di pelletteria (borse, cinture, portafogli, etc)</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Scarpe / calzature</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio, etc)</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Giocattoli</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Orologi / Gioielli / Occhiali</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Profumi e prodotti cosmetici</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema, etc.</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi • Solo in caso di estremo / vero bisogno • Mai
<b>Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di</b>	• Sempre • Solo in alcuni casi

<b>ristorazione presso club privati, etc)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo in caso di estremo / vero bisogno</li> <li>• Mai</li> </ul>
<b>Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre</li> <li>• Solo in alcuni casi</li> <li>• Solo in caso di estremo / vero bisogno</li> <li>• Mai</li> </ul>

**RISPONDENTI: 100%**

11. Indipendentemente dal fatto che Ella abbia mai acquistato un prodotto illegale (contraffatto) o usufruito di un servizio offerto in modo irregolare (es. una professione esercitata abusivamente), a Suo avviso, comportandosi in questo modo, si acquista in modo consapevole? (Una risposta)

- Certamente sì in ogni caso
- Si corrono dei rischi, bisogna essere abili nell'acquisto
- No, non si acquista in modo consapevole

**RISPONDENTI: 100%**

14. 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?

- Sì
- No

**RISPONDENTI: 100%**

15. Nel corso dell'ultimo anno ha letto o visto campagne pubblicitarie e / o informative contro la contraffazione?

- Sì
- No
- Non so

**RISPONDENTI: 100%**

16. (Se ha risposto sì alla domanda precedente) Dove? (max due risp)

- TV
- Cartelloni stradali
- Cinema
- Radio

- Internet
- Social Networks

**RISPONDENTI: 69%**

17. 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
- Sì, possono comportare dei danni per sicurezza
- Sì, la qualità del prodotto o la qualità del servizio può rivelarsi scarsa
- Sì, nel caso in cui si verifichi un problema non ci si può avvantaggiare di una alcuna forma di assistenza post vendita
- Sì, nel caso di un problema non ci si può avvantaggiare di alcuna forma assicurativa o comunque a tutela del consumatore
- Sì, chi acquista prodotti illegali potrebbe essere multato
- No, non comportano alcun rischio

**RISPONDENTI: 100%**

20. Facendo i suoi acquisti, quale tra le seguenti modalità di contraffazione / forme di illegalità teme maggiormente per la sua sicurezza, per la sua salute, o comunque in generale per la possibilità di sprecare il suo denaro per un prodotto difettoso o per un servizio scadente? (Max due risposte)

- Prodotti alimentari
- Prodotti di abbigliamento
- Farmaci
- Servizi e / o prestazioni che hanno a che fare con la sanità e/o con la cura per il corpo (es. farsi un tatuaggio) illegali
- Mezzi di trasporto abusivi
- Biglietti / ingressi per eventi (concerti, manifestazioni sportive, etc)
- Servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati, etc)

**RISPONDENTI: 100%**

21. In generale, facendo i suoi acquisti , qual è la Sua opinione in merito alla sicurezza degli acquisti via web,? (Una risposta)

- È del tutto sicuro acquistare via web, forse anche più che attraverso i canali tradizionali
- Si può fare, ma con attenzione
- Assolutamente da evitare per i possibili rischi
- Altro (specificare)
- Non acquisto sul web

**RISPONDENTI: 100%**

## **(B) 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
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

**RISPONDENTI: 100%**

2. Nell'ultimo anno (2014), rispetto all'anno passato 2013, 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

**RISPONDENTI: 100%**

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), quale tra le seguenti danneggia di più la Sua impresa? (Due risposte. Sì/No)

- la riduzione dei ricavi/fatturato (la mancata vendita)
- la perdita di appeal della sua impresa
- la perdita di appeal dei prodotti venduti e/o dei servizi erogati dalla sua impresa
- la concorrenza sleale in generale
- il dovere rinunciare ad assumere nuovi addetti (o mantenere quelli attuali) a causa delle difficoltà nel sostenere i costi
- Altro (specificare) LE RISPOSTE SARANNO POST-CODIFICATE

**RISPONDENTI: 100%**

## **IL GIUDIZIO DELLE IMPRESE SUL COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI**

5. Quanto si dichiara d'accordo con la seguente affermazione: *"la crisi economica in atto pare non stia riguardando il mercato dei prodotti illegali e dell'esercizio abusivo delle professioni, anzi paradossalmente per ragioni economiche e sociali pare sia avvantaggiato della crisi stessa"*?

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

**RISPONDENTI: 100%**

19. (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

**RISPONDENTI: 26%**

20. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Pensando al fenomeno del taccheggio negli ultimi cinque anni (gli anni della crisi) rispetto agli anni precedenti, tale fenomeno nel SUO ESERCIZIO COMMERCIALE è...? (Una risposta)

- Aumentato
- Rimasto invariato
- Diminuito

**RISPONDENTI: 26%**

21. (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%

**RISPONDENTI: 26%**

22. (SOLO PER LE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO) Negli anni precedenti la crisi, quanto il fenomeno del taccheggio incideva 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%

**RISPONDENTI: 26%**

23. (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

**RISPONDENTI: 26%**