

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 dei consumatori e delle imprese sul tema dell'illegalità e della contraffazione a Roma e nel Lazio.

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl

soggetto committente

Confcommercio Roma

soggetto acquirente

Confcommercio Roma

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.leggo.it/news/roma/roma_capitale_falsi_furti_taccheggiatori_quasi_sempre_padri_di_famiglia-2098241.html

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

23 novembre 2016

temi / fenomeni oggetti del soggetto

Indagine di opinione sul tema della contraffazione e dell'abusivismo commerciale effettuata presso i consumatori e presso le imprese residenti nel Lazio e a Roma.

popolazione di riferimento

L'indagine è stata basata su un campione rappresentativo della popolazione di età superiore ai 18 anni residente nel Lazio e a Roma e di imprese del terziario che insistono sul territorio del Lazio e di Roma.

comuni di rilevazione (elenco IMPRESE e CONSUMATORI)

ACQUAPENDENTE
ACUTO
ALATRI
ALBANO LAZIALE
ALLUMIERE
ANAGNI
ANGUILLARA SABAZIA
ANZIO
APRILIA
ARCE
ARDEA
ARICCIA
ARNARA
ARTENA
ATINA
BAGNOREGIO
BASSANO ROMANO
BELMONTE IN SABINA
BORBONA
BRACCIANO
CAMPAGNANO DI ROMA
CANALE MONTERANO
CANTALICE
CAPENA
CAPODIMONTE
CAPRAROLA

CASSINO
CASTEL MADAMA
CASTIGLIONE IN TEVERINA
CASTRO DEI VOLSCI
CAVE
CECCANO
CEPRANO
CERVERA DI ROMA
CERVARO
CIAMPINO
CISTERNA DI LATINA
CITTADUCALE
CIVITA CASTELLANA
CIVITAVECCHIA
COLLEFERRO
Comune
CONTIGLIANO
FABRICA DI ROMA
FARA IN SABINA
FIAMIGNANO
FIANO ROMANO
FILETTINO
FIUGGI
FIUMICINO
FONDI
FONTE NUOVA
FORANO
FORMELLO
FORMIA
FRASCATI
FROSINONE
GALLICANO NEL LAZIO
GENZANO DI ROMA
GIULIANO DI ROMA
GROTTAFERRATA
GUARCINO
GUIDONIA MONTECELIO
LABICO
LADISPOLI
LANUVIO
LATINA
LEONESSA
LICENZA
LUBRIANO

MAENZA
MAGLIANO SABINA
MANZIANA
MARINO
MARTA
MENTANA
MONTALTO DI CASTRO
MONTE PORZIO CATONE
MONTE SAN GIOVANNI
CAMPANO
MONTELEONE SABINO
MONTEROTONDO
MORLUPO
MOROLO
MORRO REATINO
NETTUNO
OLEVANO ROMANO
ORTE
PALESTRINA
PALIANO
PALOMBARA SABINA
PATRICA
PETRELLA SALTO
PIGLIO
PISONIANO
POFI
POGGIO BUSTONE
POMEZIA
PONTINIA
PRIVERNO
PROCENO
RIANO
RIETI
ROCCA DI PAPA
ROCCAGORGA
ROIATE
ROMA
RONCIGLIONE
SABAUDIA
SAN BIAGIO SARACINISCO
SAN CESAREO
SAN FELICE CIRCEO
SAN VITO ROMANO
SANTA MARINELLA

SANT'AMBROGIO SUL
GARIGLIANO
SANT'ANDREA DEL GARIGLIANO
SANT'APOLLINARE
SANT'ELIA FIUMERAPIDO
SANTI COSMA E DAMIANO
SEJNI
SEZZE
SORIANO NEL CIMINO
STIMIGLIANO
SUBIACO
TARQUINIA
TERRACINA
TIVOLI
TREVI NEL LAZIO
TREVIGNANO ROMANO
TUSCANIA
VALLECORSA
VALLEROTONDA
VALMONTONE
VELLETRI
VEROLI
VETRALLA
VICO NEL LAZIO
VILLA LATINA
VILLA SANTO STEFANO
VITERBO
ZAGAROLO

metodo di campionamento

Indagine sui consumatori. Campione rappresentativo della popolazione in età superiore ai 18 anni per sesso, età residenti a Roma e nel Lazio.

Indagine sulle imprese. Campione rappresentativo delle imprese del terziario che insistono sul territorio del Lazio e di Roma.

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Indagine sui consumatori. Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=163 interviste a buon fine nel Lazio e =101 interviste a buone fine a Roma), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: sesso (maschio, femmina), classe di età (18-24 anni,

25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni), area geografica (Lazio, Roma). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,2\%$). Fonte delle anagrafiche della popolazione: Elenchi telefonici.

Indagine sulle imprese. Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=85 interviste a buon fine nel Lazio e 40 a Roma), 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 (Lazio e Roma). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,1\%$). 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

Indagine sui consumatori Lazio	cifra	percentuale
non reperibili	155	24,9
rifiuti	75	12,0
sostituzioni	230	36,9
totale interviste	163	26,2

Indagine sui consumatori Roma	cifra	percentuale
non reperibili	32	15,5
rifiuti	21	10,1
sostituzioni	53	25,6
totale interviste	101	48,8

Indagine sulle imprese Lazio	cifra	percentuale
non reperibili	15	11,8
rifiuti	6	4,7
sostituzioni	21	16,5
totale interviste	85	66,9

Indagine sulle imprese Roma	cifra	percentuale
non reperibili	5	9,3
rifiuti	2	3,7
sostituzioni	7	13,0
totale interviste	40	74,1

testo integrale di tutte le domande (indagine 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? (Una risposta) LAZIO

- Sì
- No

Totale rispondenti: 100%

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? (Una risposta) ROMA

- Sì
- No

Totale rispondenti: 100%

2. (Solo per chi ha risposto sì) Quali prodotti (o servizi) del genere di cui sopra ha acquistato nell'ultimo anno (2016)? (Una risposta per ciascun item) LAZIO

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

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

Totale rispondenti: 25,7%

2. (Solo per chi ha risposto sì) Quali prodotti (o servizi) del genere di cui sopra ha acquistato nell'ultimo anno (2016)....? (Una risposta per ciascun item) ROMA

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

T. Farmaci e prodotti parafarmaceutici (integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, alimenti specifici, es. prodotti per celiaci, prodotti bio, etc)	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
U. Giocattoli	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
V. Orologi / Gioielli / Occhiali	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
W. Profumi e prodotti cosmetici	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
X. Acquistare, magari sul web, biglietti "piratati" per spettacoli, concerti, cinema, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
Y. Utilizzare, anche involontariamente, i servizi offerti da soggetti non autorizzati (es. affitta camere, operatori turistici, servizi di ristorazione presso club privati, etc)	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web
Z. Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget (es. falso merchandising)	<ul style="list-style-type: none"> • Sì • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraverso canali tradizionali • Via web

Totale rispondenti: 30,7%

testo integrale di tutte le domande (indagine 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) LAZIO

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

Totale rispondenti: 100%

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) ROMA

- Molto
- Abbastanza
- Poco

- Per nulla

Totale rispondenti: 100%

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) LAZIO

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

Totale rispondenti: 100%

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) ROMA

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

Totale rispondenti: 100%

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) LAZIO

- Aumentato
- Rimasto invariato
- Diminuito

Totale rispondenti: 52,9%

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) ROMA

- Aumentato

- Rimasto invariato
- Diminuito

Totale rispondenti: 52,5%

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) LAZIO

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: 52,9%

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) ROMA

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: 52,5%