





# INDAGINE CONFCOMMERCIO SU ILLEGALITA', CONTRAFFAZIONE E ABUSIVISMO VENEZIA

26 novembre 2019





# INDICE

#### **PRESENTAZIONE**

## SINTESI DEI RISULTATI

## INDAGINE SUI CONSUMATORI DI VENEZIA

- ✓ Illegalità: la dimensione e l'evoluzione dei fenomeni criminali;
- ✓ Identikit del consumatore «illegale».

## INDAGINE SULLE IMPRESE DEL TERZIARIO DI MERCATO DI VENEZIA

✓ Illegalità: l'impatto e gli effetti per le attività imprenditoriali,

APPENDICE: IL CONFRONTO TRA L'ITALIA, IL NORD EST E VENEZIA

**NOTA METODOLOGICA** 







# Presentazione del lavoro

Confcommercio-Imprese per l'Italia in collaborazione con Format Research realizza dal 2013 l'indagine sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo. Obiettivo del presente lavoro è di dare un quadro aggiornato al 2019 ed in serie storica (con riferimento al 2013 e al 2016) sull'evoluzione e sugli effetti di questi fenomeni che alterano la concorrenza, che colpiscono le imprese del terziario di mercato e che impattano sugli stili di acquisto dei consumatori.

L'indagine, realizzata tra l'8 e il 22 ottobre 2019, è stata effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dei consumatori italiani (quasi 3.400 casi) e delle imprese del terziario di mercato (1.500 casi).

Nel rapporto sono stati messi a confronto i dati nazionali con quelli della macroarea del Nord Est e della città metropolitana di VENEZIA.







# SINTESI DEI RISULTATI - CONSUMATORI

- Il trend della contraffazione. A Venezia la percentuale di consumatori che hanno effettuato acquisti di prodotti contraffatti, pari al 30,4%, è superiore al dato del Nord Est (27,2%) e in linea con quello dell'Italia (30,5%).
- I prodotti contraffatti più acquistati e l'utilizzo del web. I prodotti contraffatti maggiormente acquistati dai consumatori di Venezia sono: abbigliamento (62%), alimentari (41%) e orologi, gioielli e occhiali (35%). Rispetto al Nord Est i prodotti contraffatti più acquistati sul web a Venezia sono i giocattoli (+27,3 punti).
- Le ragioni dell'acquisto illegale. Per la maggior parte dei consumatori di Venezia l'acquisto di prodotti o servizi illegali è sostanzialmente legato alla possibilità di fare un «buon affare» (66,9%, in linea con il dato nazionale del 68%) e perché non «si dispone di denaro sufficiente» (65%, leggermente inferiore al 70% del dato nazionale).
  - Di poco inferiore al dato nazionale la percentuale dei consumatori di Venezia che ritengono che acquistare prodotti illegali possa comportare dei rischi (89,9% rispetto al 91,4% dell'Italia e al 97% del Nord Est).
- Il livello di informazione. A Venezia il 63,2% dei consumatori è informato sul rischio di sanzioni amministrative, dato in linea con il Nord Est (63,4%) e leggermente inferiore all'Italia (66,8%)
- Identikit del consumatore «illegale»: a Venezia è in prevalenza un uomo (67,1%), dai 35 anni in su, ha un livello d'istruzione medio (per il 60,5%), è soprattutto impiegato, pensionato, operaio (per il 70,7%).







# SINTESI DEI RISULTATI - IMPRESE

- La percezione sui fenomeni criminali. Tra i fenomeni criminali percepiti maggiormente in aumento dalle imprese del terziario di mercato di Venezia: furti (20%, è inferiore rispetto al 27,7% del Nord Est) e rapine (17%, in linea con il dato del Nord Est pari al 17,4%).
- Le imprese danneggiate dall'illegalità. Il 47,2% delle imprese di Venezia si ritiene danneggiato dall'azione dell'illegalità, percentuale decisamente inferiore rispetto all'Italia (66,7%) e al Nord Est (62,4%).
- Gli effetti della contraffazione e dell'abusivismo. Gli effetti della contraffazione e dell'abusivismo che pesano di più sulle imprese di Venezia sono la concorrenza sleale (53%), la riduzione del fatturato (26,7%). Entrambi i valori sono decisamente inferiori al dato Italia.









**Illegalità** | **L'acquisto di prodotti e servizi illegali -** Nella città di Venezia la percentuale di consumatori che hanno effettuato acquisti di prodotti contraffatti, 30,4% è superiore al dato del Nord Est 27,2% e in linea con quello dell'Italia 30,5%.

Le è mai capitato <u>almeno una volta (nel 2019) di acquistare prodotti contraffatti</u> o di utilizzare i servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati?



NORD EST 27,2%





Percentuale di consumatori che hanno comprato almeno una volta **PRODOTTI CONTRAFFATTI** e/o hanno utilizzato **SERVIZI EROGATI da SOGGETTI NON AUTORIZZATI** 





# Illegalità | Il trend sui prodotti e servizi acquistati illegalmente

# PRODOTTI E SERVIZI ACQUISTATI ILLEGALMENTE

= sí evidenziano i valori più alti	ITALIA	NORD EST	VENEZIA
Prodotti di abbigliamento	69,4	56,0	62,0
Prodotti di pelletteria	33,0	28,8	27,0
Prodotti alimentari (incluse bevande)	31,0	40,7	41,0
💍 Orologi / Gioielli / Occhiali	27,6	33,8	35,0
Scarpe / calzature	27,0	27,8	29,9
◆ Farmaci / prodotti parafarmaceutici	17,7	26,2	25,0
Intrattenimento (musica, film, abbonamenti tv, etc.)	16,7	15,0	14,7
Profumi e prodotti cosmetici	6,8	17,8	15,5
Giocattoli	6,3	10,0	7,0
Prodotti di elettronica ed elettrodomestici	6,3	8,0	5,0
Servizi alla persona	3,6	7,4	7,0
Servizi turistici (alloggio, ristorazione, trasporti)	1,8	1,8	1,0
Biglietti piratati per eventi	1,1	4,0	4,0
Altro (ceramiche, pezzi di ricambio, etc.)	2,2	7,6	7,5

Base campione: Italia 1.184 casi. Esclusivamente coloro che hanno acquistato prodotti o servizi contraffatti. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati







# Illegalità | L'acquisto illegale sul web

	CONFRONTO CON
Valori percentuali	NORD EST
Prodotti di abbigliamento 62,0	9,0
Prodotti alimentari (incluse bevande) 41,0	2,0
Orologi / Gioielli / Occhiali	13,0
Scarpe / calzature 29,9	1,2 -8,8
Prodotti di pelletteria 27,0 1	5,0
<ul><li>Farmaci / prodotti parafarmaceutici</li><li>25,0</li></ul>	20,0 +5,0
Profumi e prodotti cosmetici	8,0 -2,0
Intrattenimento (musica, film, abbonamenti tv, etc.)	73,0 -5,9
Giocattoli 7,0 3	39,3 +27,3
Servizi alla persona 7,0	
Prodotti di elettronica ed elettrodomestici 5,0	5,0 +5,0
Biglietti "piratati" per eventi	60,0
Servizi turistici (alloggio, ristorazione, trasporti)	
Altro (ceramiche, pezzi di ricambio, etc.)	





# Illegalità | Le motivazioni del perché si acquista «illegale»

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...?

Valori percentuali



Non si **dispone di denaro** sufficiente

Si pensa di fare un buon affare

Anche se rischioso, si risparmia

Costo inferiore dei prodotti rispetto a quelli "legali"

Mancanza di sufficienti **informazioni sui rischi** che si corrono

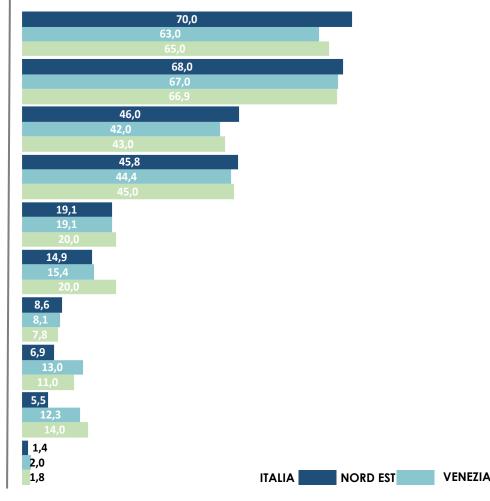
Si pensa di fare una **buona azione** aiutando una persona in difficoltà (venditore abusivo)

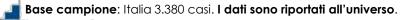
I **prezzi** di alcuni prodotti, quali i capi griffati, sono **troppo elevati** 

**È divertente** acquistare questo genere di prodotti, soprattutto in vacanza

Non c'è una ragione particolare, è un acquisto come un altro

Sulla "rete" si trova di tutto e con più facilità









Illegalità | Difficoltà economiche e acquisto illegale - La percentuale dei consumatori che giustificano l'acquisto dei prodotti contraffatti in caso di difficoltà economiche a Venezia è in linea rispetto alla media nazionale e al Nord Est (71,1% contro il 73% dell'Italia e il 71% del Nord Est)

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"?







PER MEMORIA



**NORD EST ACCORDO** 

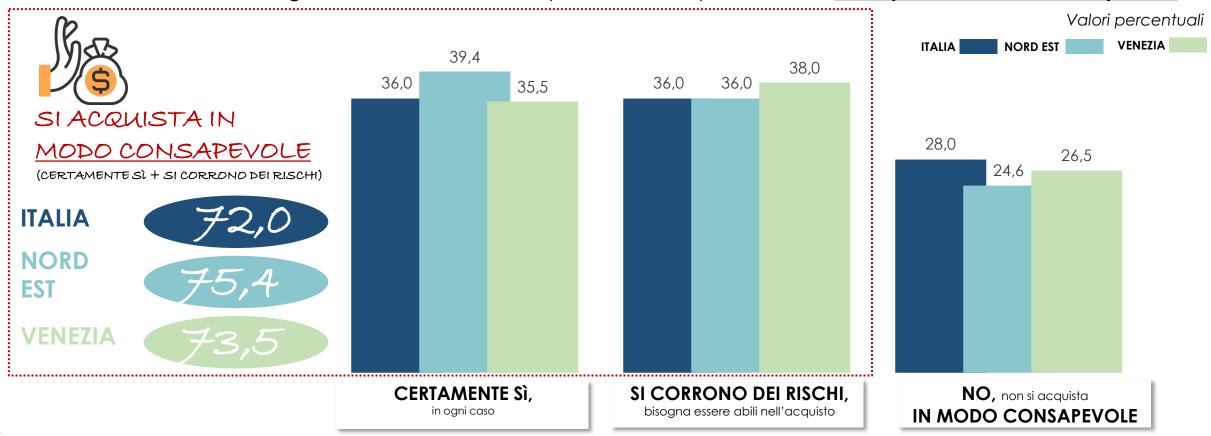


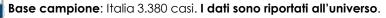




Illegalità | La consapevolezza sui rischi dell'acquisto illegale - La percentuale dei consumatori che è consapevole dei rischi dell'acquisto illegale è in linea a Venezia (73,5%) rispetto al dato nazionale (72%)

Indipendentemente dal fatto che Lei abbia mai acquistato un prodotto illegale (contraffatto) o usufruito di un servizio offerto in modo irregolare, a Suo avviso comportandosi in questo modo si acquista in modo consapevole?











Illegalità | I rischi dell'acquisto illegale – Poco più bassa rispetto al dato nazionale la percentuale dei consumatori di Venezia che ritengono che acquistare prodotti illegali possa comportare dei rischi

Secondo Lei acquistare prodotti illegali, e/o scaricarli illegalmente dal web, e/o utilizzare i servizi prestati abusivamente può comportare dei rischi ...?



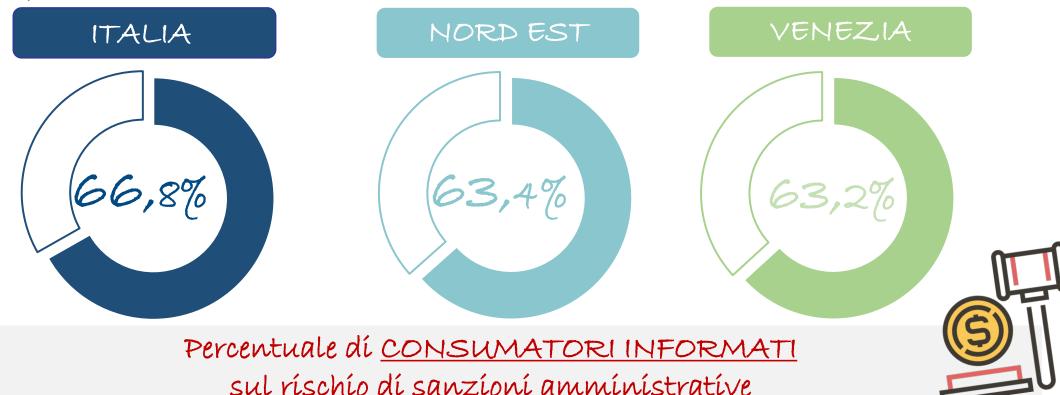
CHE TIPO DI RISCHI?	ITALIA	NORD EST	VENEZIA
Danni per la salute	77,0%	80,0%	87,0%
Danni per la sicurezza	<b>57</b> ,7%	70,6%	58,0%
Scarsa qualità del prodotto/servizio	42,3%	39,0%	33,8%
Sanzioni	26,1%	26,9%	26,0%
Nessuna assistenza in caso di problemi	15,5%	11,0%	19,9%
Nessuna tutela al consumatore	14,5%	16,0%	16,4%





Illegalità | Il livello di informazione sulle sanzioni amministrative - Nella città di Venezia il 63,2% dei consumatori è informato sul rischio di sanzioni amministrative, il dato è in linea rispetto alla media del Nord Est (63,4%) e leggermente inferiore rispetto all'Italia (66,8%)

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?



ione: Italia 3.380 casi. I dati sono riportati all'universo.





# Illegalità | Gli effetti della contraffazione e dell'abusivismo - I consumatori, pur acquistando contraffatto in prevalenza per motivi economici, riconoscono gli effetti negativi prodotti dal fenomeno

Secondo lei, quali sono i principali effetti derivanti dall'acquisto di prodotti o servizi illegali?





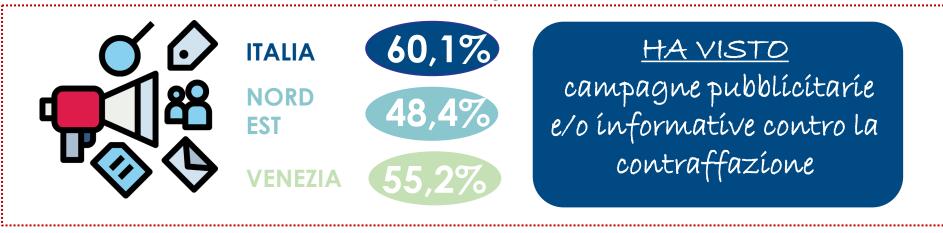
**VENEZIA** 





Illegalità | L'informazione sulle campagne pubblicitarie - Più bassa rispetto al dato nazionale (60,1%) la percentuale di consumatori di Venezia che hanno visto campagne pubblicitarie contro la contraffazione (55,2%)

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



ITALIA NORD

# NON HA VISTO

campagne pubblicitarie e/o informative contro la contraffazione





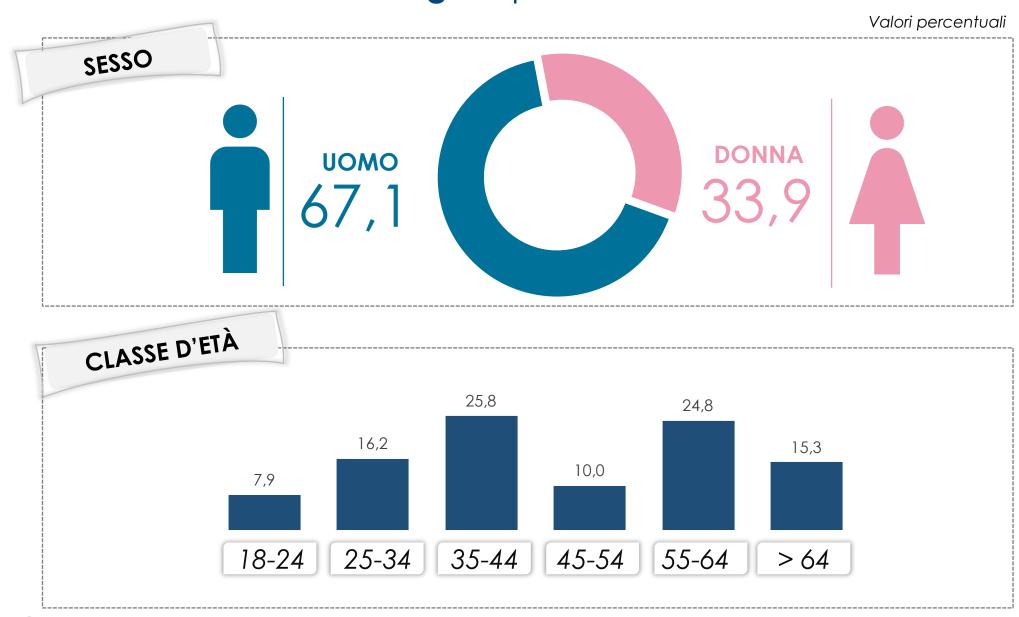
# IDENTIKIT DEL CONSUMATORE «ILLEGALE»







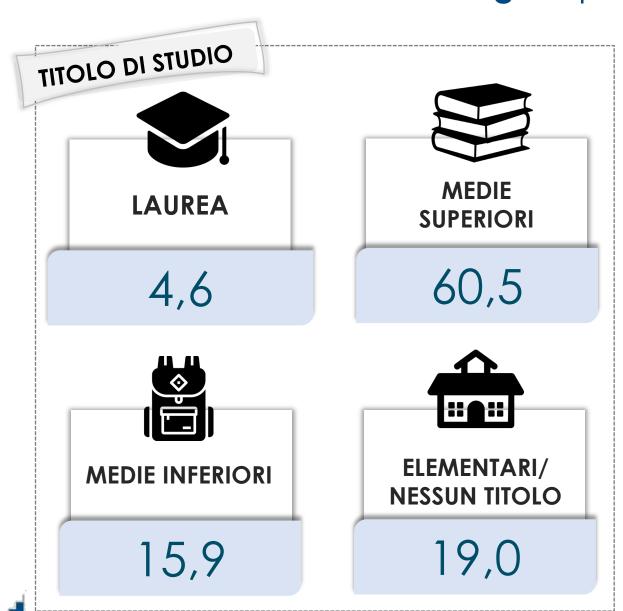
# Identikit del consumatore illegale | VENEZIA







# Identikit del consumatore illegale | VENEZIA



PROFESSIONE	Valori percentuali
implegato	36,2
PENSIONATO	20,1
OPERAIO/ SALARIATO AGRICOLO	14,4
CASALINGA	10,0
STUDENTE	9,4
LIBERO PROFESSIONISTA/ IMPRENDITORE/DIRIGENTE	6,0
DISOCCUPATO	3,9

# INDAGINE SULLE IMPRESE DEL TERZIARIO DI MERCATO

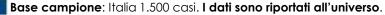




# Illegalità | L'andamento dei fenomeni criminali nel sentiment delle imprese del terziario di mercato

Lei ritiene che rispetto alle attività del suo settore, <u>l'andamento dei seguenti crimini</u> nell'ultimo anno (2019) rispetto all'anno precedente, siano?

Valori percentuali	TOTAL	E Nord Est	VENEZIA
	entati <b>34,8</b> sti invariati <b>65,0</b> nuiti <b>0,2</b>	25,0 62,0 13,0	9,0 84,3 6,7
	entati <b>34,0</b> sti invariati <b>65,0</b> nuiti <b>1,0</b>	31,0 66,0 3,0	10,0 78,1 11,9
	entati         29,0           asti invariati         64,0           nuiti         7,0	27,7 68,0 4,3	20,0 67,3 12,7
	entati       25,0         isti invariati       67,0         nuiti       8,0	17,4 70,0 12,6	17,0 71,9 11,1
<u> </u>	entati 15,2 Isti invariati 82,0 Inuiti 2,8	7,5 82,4 10,1	8,8 84,0 7,2
	entati 14,2 Isti invariati 80,0 Inuiti 5,8	14,8 82,8 2,4	8,7 80,2 11,1
	entati 12,7 sti invariati 81,0 nuiti 6,3	11,0 82,7 6,3	7,0 77,0 16,0







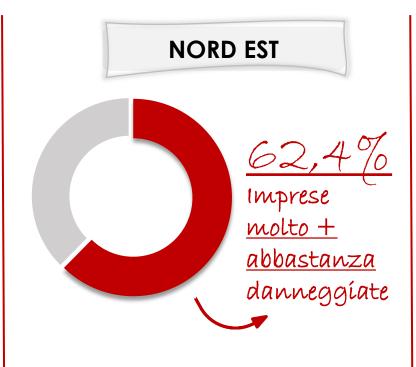


# Illegalità | I meccanismi commerciali «fuori dalle regole» che danneggiano le imprese del terziario

Pensando all'attività della Sua impresa, quanto ritiene che questa sia danneggiata dall'azione di meccanismi commerciali fuori dalle regole che alterano la concorrenza e inquinano il mercato nel territorio nel quale opera?

# I meccanismi fuori dalle regole che danneggiano le imprese







campione: Italia 1.500 casi. I dati sono riportati all'universo.





Illegalità | Gli effetti della contraffazione sulle imprese - Gli effetti della contraffazione e dell'abusivismo che pesano di più sulle imprese di Venezia sono la concorrenza sleale, la riduzione del fatturato e la riduzione dei livelli di occupazione

Pensando a questi fenomeni (contraffazione e abusivismo), qual è l'effetto che pesa di più sulla azienda? Valori percentuali

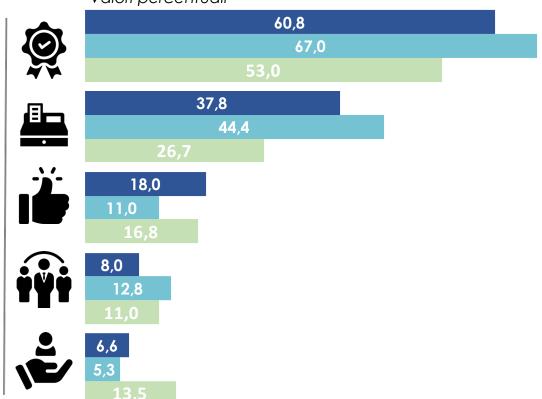
La concorrenza sleale in generale

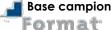
La riduzione dei ricavi/fatturato

La riduzione dei livelli di occupazione

Perdita di appeal della sua impresa

Perdita di appeal dei prodotti/servizi





oione: Italia 1.500 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

VENEZIA



# IL NORD EST E VENEZIA







# I PRODOΠΙ CONTRAFFAΠΙ PIÙ ACQUISTATI

Quali prodotti o servizi del genere di cui sopra ha acquistato o utilizzato nell'ultimo

anno (2019)?

		Ared	а
	Italia	Nord Est	Venezia
Prodotti alimentari	31,0%	40,7%	41,0%
Prodotti di elettronica ed elettrodomestici	6,3%	8,0%	5,0%
Musica. Film. Abbonamenti tv piratati. Videogiochi. Programmi informatici. Ebook	16,7%	15,0%	14,7%
Prodotti di abbigliamento	69,4%	56,0%	62,0%
Prodotti di pelletteria (borse, portafogli, accessori)	33,0%	28,8%	27,0%
Scarpe / calzature	27,0%	27,8%	29,9%
Farmaci e prodotti parafarmaceutici	17,7%	26,2%	25,0%
Giocattoli	6,3%	10,0%	7,0%
Orologi / Gioielli / Occhiali	27,6%	33,8%	35,0%
Profumi e prodotti cosmetici	6,8%	17,8%	15,5%
Biglietti "piratati" per eventi	1,1%	4,0%	4,0%
Affitta camere, servizi turistici, servizi di ristorazione, parcheggi, servizi di trasporto	1,8%	1,8%	1,0%
Servizi alla persona	3,6%	7,4%	7,0%
Altro, es. ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget	2,2%	7,6%	7,5%







## LE RAGIONI DELL'ACQUISTO ILLEGALE

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"?

		Are	ea
	Italia	Nord Est	Venezia
Molto d'accordo	14,0%	18,0%	18,7%
Abbastanza d'accordo	31,7%	31,0%	31,9%
Mediamente d'accordo	27,3%	22,0%	20,6%
Poco d'accordo	13,1%	14,0%	17,5%
Per nulla d'accordo	13,9%	15,0%	11,3%
Area accordo	73,0%	71,0%	71,1%

Secondo Lei acquistare prodotti illegali, e/o scaricarli illegalmente dal web, e/o utilizzare i servizi prestati abusivamente può comportare dei rischi ...?

		Area	
	Italia	Nord Est	Venezia
Sì, possono comportare dei danni per la salute	77,0%	80,0%	87,0%
Sì, possono comportare dei danni per sicurezza	57,7%	70,6%	58,0%
Sì, la qualità del prodotto o la qualità del servizio può rivelarsi scarsa	42,3%	39,0%	33,8%
Sì, nel caso in cui si verifichi un problema non ci si può avvantaggiare di una alcuna forma di assistenza post-vendita (non c'è la garanzia)	15,5%	11,0%	19,9%
Sì, nel caso di un problema non ci si può avvantaggiare di alcuna forma assicurativa o comunque a tutela del consumatore	14,5%	16,0%	16,4%
Sì, chi acquista prodotti illegali potrebbe essere multato	26,1%	26,9%	26,0%
No, non comportano alcun rischio	8,6%	3,0%	10,1%







## IL LIVELLO DI INFORMAZIONE

Nel corso dell'ultimo anno ha letto o visto campagne pubblicitarie e/o

informative contro la contraffazione?

		\\\\\	Ju
	Italia	Nord Est	Venezia
Sì	60,1%	48,4%	55,2%
No	31,5%	33,5%	30,0%
Non so	8,4%	18,1%	14,8%

Indipendentemente dal fatto che Lei 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?

		Are	ea
	Italia	Nord Est	Venezia
Certamente sì in ogni caso	36,0%	39,4%	35,5%
Si corrono dei rischi, bisogna essere abili nell'acquisto	36,0%	36,0%	38,0%
No, non si acquista in modo consapevole	28,0%	24,6%	26,5%







## LA PERCEZIONE SUI FENOMENI CRIMINALI

Lei ritiene che rispetto alle attività del suo settore, l'andamento dei seguenti crimini nell'ultimo anno (2019) rispetto all'anno precedente, siano?

			Are	ea
		Italia	Nord Est	Venezia
	Aumentati	29,0%	27,7%	20,0%
Furti	Rimasti invariati	64,0%	68,0%	67,3%
	Diminuiti	7,0%	4,3%	12,7%
	Aumentati	25,0%	17,4%	17,0%
Rapine	Rimasti invariati	67,0%	70,0%	71,9%
	Diminuiti	8,0%	12,6%	11,1%
	Aumentati	12,7%	11,0%	7,0%
Usura	Rimasti invariati	81,0%	82,7%	77,0%
	Diminuiti	6,3%	6,3%	16,0%
	Aumentati	15,2%	7,5%	8,8%
Estorsioni	Rimasti invariati	82,0%	82,4%	84,0%
	Diminuiti	2,8%	10,1%	7,2%
	Aumentati	14,2%	14,8%	8,7%
Corruzione	Rimasti invariati	80,0%	82,8%	80,2%
	Diminuiti	5,8%	2,4%	11,1%
	Aumentati	34,8%	25,0%	9,0%
Contraffazione	Rimasti invariati	65,0%	62,0%	84,3%
	Diminuiti	0,2%	13,0%	6,7%
	Aumentati	34,0%	31,0%	10,0%
Abusivismo	Rimasti invariati	65,0%	66,0%	78,1%
	Diminuiti	1,0%	3,0%	11,9%







#### LE IMPRESE DANNEGGIATE DALL'ILLEGALITÀ

Pensando all'attività della Sua impresa, quanto ritiene che questa sia danneggiata dall'azione di meccanismi commerciali fuori dalle regole (contraffazione dei prodotti, acquisizione illegale di prodotti, anche su internet, come film, musica e videogiochi, abusivismo commerciale e/o esercizio illegale di una professione) che alterano la concorrenza e inquinano il mercato nel territorio nel quale opera?

		Area	
	Italia	Nord Est	Venezia
Molto	27,7%	12,7%	20,5%
Abbastanza	39,0%	49,7%	26,7%
Poco	17,5%	25,0%	25,6%
Per nulla	15,8%	12,6%	27,2%
Molto più abbastanza	66,7%	62,4%	47,2%

#### GLI EFFETTI DELLA CONTRAFFAZIONE E DELL'ABUSIVISMO

Pensando a questi fenomeni (contraffazione e abusivismo), qual è l'effetto che pesa di più sulla azienda?

		Area	
	Italia	Nord Est	Venezia
La riduzione dei ricavi/fatturato	37,8%	44,4%	26,7%
La perdita di appeal della sua impresa	8,0%	12,8%	11,0%
La perdita di appeal dei prodotti	6,6%	5,3%	13,5%
La concorrenza sleale in generale	60,8%	67,0%	53,0%
Il dovere rinunciare ad assumere nuovi addetti	18,0%	11,0%	16,8%





# NOTA METODOLOGICA







# Nota metodologica | Scheda tecnica Indagine sui consumatori

#### COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia.

#### **AUTORE**

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

#### OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine di opinione sul tema della contraffazione e dell'abusivismo commerciale effettuata presso i consumatori.

#### **DISEGNO DEL CAMPIONE**

Campione rappresentativo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

#### NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 3.380 casi (3.380 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 4.567 (50,6%); "Rifiuti": 1.078 (11,9%); "Sostituzioni": 5.645 (62,5%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +1,7%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Elenchi telefonici.

#### METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) e Cawi (Computer Assisted Web Interview).

#### **TECNICA DI RILEVAZIONE**

Questionario strutturato.

#### PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dall'08 ottobre al 22 ottobre 2019.

#### **CODICE DEONTOLOGICO**

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

#### DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani Dott.ssa Gaia Petrucci







# Nota metodologica | Scheda tecnica Indagine sulle imprese

#### COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia.

#### **AUTORE**

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

#### **OBIETTIVI DEL LAVORO**

Indagine di opinione sul tema della contraffazione e dell'abusivismo commerciale effettuata presso le imprese del terziario di mercato.

#### DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del terziario di mercato. Domini di studio del campione: dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, 50-249, oltre 249 addetti), settore di attività (commercio, turismo, servizi), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

Per esaminare il fenomeno del taccheggio è stato estratto un sub-campione di sole imprese del commercio al dettaglio (390 interviste a buon fine).

#### NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 1.500 casi (1.500 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 2.109 (48,1%); "Rifiuti": 778 (17,7%); "Sostituzioni": 2.887 (65,8%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +2,6%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di Commercio.

#### **METODO DI CONTATTO**

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) e Cawi (Computer Assisted Web Interview).

#### **TECNICA DI RILEVAZIONE**

Questionario strutturato.

#### PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dall'08 ottobre al 22 ottobre 2019.

#### CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

#### **DIRETTORE DELLA RICERCA**

Dott. Pierluiai Ascani Dott.ssa Gaia Petrucci







UNI EN ISO 9001:2015 CERT. Nº 1049

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2019 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l. via ugo balzani 77, 00162 roma, italia tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96 info@formatresearch.com cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004 rea roma 747042, cap. soc. € 25.8500,00 i.v.

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

www.formatresearch.com

Membro: Asseprim, Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

