



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA



# Indagine Confcommercio – GfK Eurisko sui fenomeni criminali

Roma, 22 novembre 2016

LEGALITÀ  
mi piace!

# Indice

	Premessa e obiettivi	Pag. 3
	Sintesi dei principali risultati	4
	Le percezioni sulla criminalità	8
	L'esperienza di criminalità	13
	Le risposte alle richieste estorsive	19
	Le leggi che contrastano i fenomeni criminali	23
	Allegato: metodologia	30

## Premessa e obiettivi

Dal 2007 Confcommercio-Imprese per l'Italia realizza, con il supporto di GfK Eurisko, un'indagine sulla criminalità che colpisce le imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti. L'indagine è stata replicata anche nel 2016, allo scopo di disporre di informazioni aggiornate sui fenomeni di criminalità.

Questi i **temi trattati**:

- Le percezioni sull'andamento della criminalità** (furti, rapine, contraffazione, estorsioni, usura)
- L'esperienza di criminalità**, indiretta e diretta
- La natura delle minacce/intimidazioni**
- Le risposte alle richieste estorsive**
- Le misure cautelative prese nei confronti del racket e della criminalità**
- Le iniziative ritenute più efficaci per la sicurezza delle imprese.**

In questo documento vengono illustrati i risultati dell'indagine appena realizzata, posti a confronto con quelli della ricerca realizzata nel 2015.

# Sintesi dei principali risultati



## Le percezioni sulla criminalità

- ❑ **Più di un imprenditore su quattro percepisce un peggioramento nei livelli di sicurezza** per la propria attività rispetto all'anno scorso; il dato si accentua al Nord Est, al Sud e nel settore alimentare.
- ❑ I fenomeni maggiormente percepiti in aumento sono: **l'abusivismo** (in aumento per il 51% delle imprese), i **furti** (per il 47%), **la contraffazione** (per il 44%); seguono **le rapine** (37%).
- ❑ Più contenuta la crescita dei comportamenti criminali tipicamente collegabili alla criminalità organizzata come **usura** (16%) **ed estorsioni** (14%).

## L'esperienza concreta di criminalità

- ❑ **Un imprenditore su dieci** ha ricevuto **minacce o intimidazioni** con finalità estorsive (+1 punto percentuale rispetto al 2015).
- ❑ **Un imprenditore su sette** dichiara di conoscere altre imprese che sono state oggetto di minacce (+2 punti percentuali rispetto al 2015).
- ❑ Considerando nell'insieme l'esperienza indiretta e diretta, la quota complessiva di imprese coinvolte (16%) non cambia rispetto al 2015.
- ❑ Sia l'esperienza diretta sia quella indiretta **si accentuano nel Sud**, in particolare nei **grandi centri** del Meridione.

## La natura delle minacce e la risposta alla richiesta estorsiva

- ❑ Le minacce subite consistono soprattutto in **pressioni psicologiche** (per il 77% delle imprese).
- ❑ **Il 61% degli imprenditori minacciati cede alla richiesta estorsiva**, con un'accentuazione al Sud.

## Le azioni a protezione della propria impresa

- ❑ **Quattro imprenditori su cinque** hanno adottato **almeno una misura di sicurezza per proteggersi dalla criminalità**. Le principali misure riguardano l'utilizzo di telecamere/impianti di allarme (52%), la stipula di un'assicurazione (34%), le denunce e la vigilanza privata (25%), queste ultime entrambe in aumento rispetto al 2015.

## La sicurezza della propria attività

- ❑ Tra le iniziative ritenute più efficaci per la sicurezza delle imprese si conferma **la richiesta di certezza della pena che risulta comunque in aumento** rispetto al 2015 (78% contro il 73%); mentre **si riduce la domanda di maggiore protezione da parte delle forze dell'ordine** (54% contro il 62% dell'anno scorso).

## La percezione delle leggi contro i fenomeni criminali

- ❑ **Per l'86%** degli imprenditori **le leggi che contrastano i fenomeni criminali sono inefficaci**. **Quasi tutte le imprese (89%) sono favorevoli all'inasprimento delle pene** e **l'85% ritiene che non si scontino realmente le pene** per i reati commessi.
- ❑ Queste valutazioni negative sono più accentuate al Nord, in particolare al Nord Est, tra tabaccai e pubblici esercizi.

# Le percezioni sulla criminalità



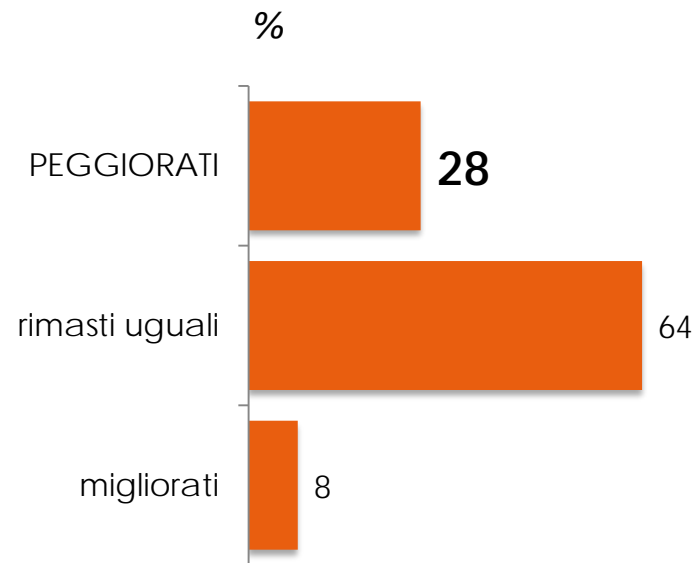


# Le percezioni della criminalità vs azienda

*Pensando alla criminalità, in particolare a furti, rapine, estorsioni e usura, Lei direbbe che rispetto all'anno scorso i livelli di sicurezza per la sua attività sono;*

*(base = totale campione, n= 900)*

## **Rispetto all'anno scorso i livelli di sicurezza per la sua attività sono...**



*Più di un imprenditore su quattro percepisce un peggioramento nella sicurezza per la propria attività rispetto ad un anno fa*

# Le percezioni della criminalità vs azienda: analisi per aree e settori



(base = totale campione, n= 900)

## % livelli di sicurezza peggiorati:

### area geografica

Nord Est	35
Sud e Isole	34
<u>totale Italia</u>	<u>28</u>
Centro	25
Nord Ovest	21

### area urbana

grandi centri centro sud	38
grandi centri centro nord	29
<u>totale Italia</u>	<u>28</u>

### settore

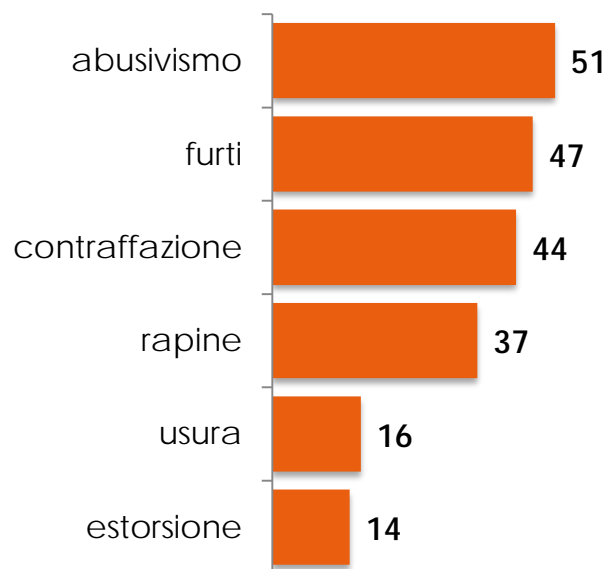
alimentari	39
<u>totale Italia</u>	<u>28</u>
tabaccai	28
altro (include trasporti)	25
pubblici esercizi	25
alberghi e turismo	22

# Le percezioni della criminalità vs azienda: quali crimini sono aumentati di più



Con riferimento alla Sua attività e al settore in cui lei opera, come valuta l'andamento dei crimini di seguito indicati rispetto all'anno scorso?  
(base =totale campione, n= 900)

## % in aumento rispetto all'anno scorso



*Furti, abusivismo e contraffazione sono i fenomeni maggiormente percepiti in aumento, seguono le rapine*

# Le percezioni della criminalità vs azienda: quali crimini sono aumentati di più: analisi per aree



Con riferimento alla Sua attività e al settore in cui lei opera, come valuta l'andamento dei crimini di seguito indicati rispetto all'anno scorso?  
(base =totale campione, n= 900)

## % in aumento rispetto all'anno scorso

	totale campione	Area geografica				Grandi centri	
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud Isole	Centro Nord	Centro Sud
furti	47	44	60	46	40	46	39
abusivismo	51	53	48	53	52	54	51
contraffazione	44	47	43	42	45	46	41
rapine	37	33	45	30	38	43	36
usura	16	14	12	16	24	15	26
estorsione	14	11	13	14	17	11	20

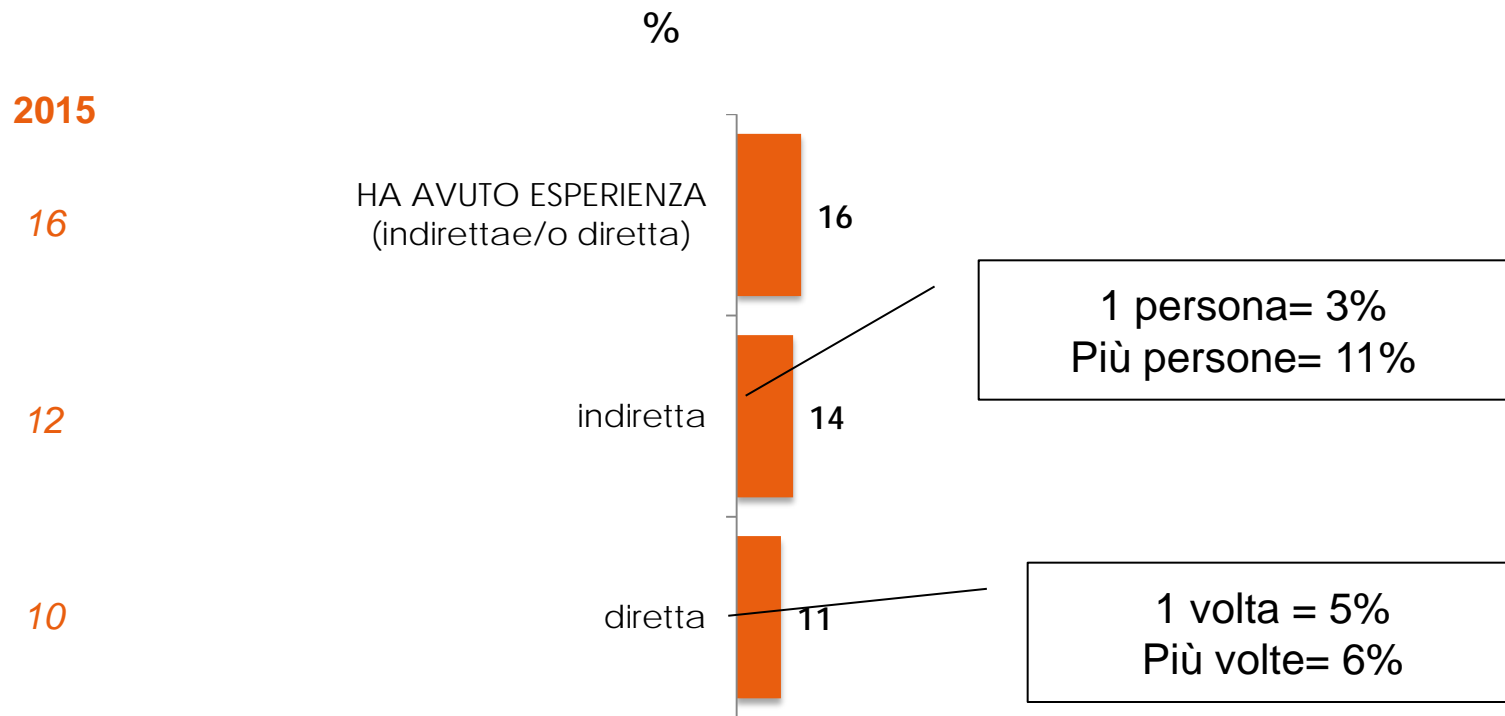
# L'esperienza di criminalità



# L'esperienza di criminalità: le dimensioni del fenomeno



Pensando a persone che svolgono attività simili alla sua, Lei conosce qualcuno che abbia ricevuto minacce o intimidazioni per finalità di estorsione? Lei personalmente ha mai ricevuto minacce o intimidazioni per finalità di estorsione?  
(base = totale campione, n= 900)



*I livelli di criminalità contro le imprese registrano un lieve incremento rispetto al 2015, più evidente nell'esperienza indiretta, ma la quota complessiva di imprese coinvolte non cambia*

# L'esperienza della criminalità INDIRETTA e/o DIRETTA: analisi per aree e settori



(base = totale campione, n= 900)

## % dichiara ESPERIENZA INDIRETTA e/o DIRETTA

### area geografica

Sud e Isole	38
<u>totale Italia</u>	<u>16</u>
Centro	15
Nord Ovest	7
Nord Est	6

### area urbana

grandi centri centro sud	40
<u>totale Italia</u>	<u>16</u>
grandi centri centro nord	5

### settore

alimentari	21
pubblici esercizi	18
tabaccai	17
<u>totale Italia</u>	<u>16</u>
altro (include trasporti)	12
alberghi e turismo	9

# L'esperienza INDIRETTA della criminalità: analisi per aree e settori

(base = totale campione, n= 900)

## % dichiara ESPERIENZA INDIRETTA

### area geografica

Sud e Isole	35
Centro	14
<u>totale Italia</u>	<u>14</u>
Nord Ovest	5
Nord Est	3

### area urbana

grandi centri centro sud	39
<u>totale Italia</u>	<u>14</u>
grandi centri centro nord	4

### settore

alimentari	18
pubblici esercizi	17
<u>totale Italia</u>	<u>14</u>
tabaccai	12
altro (include trasporti)	9
alberghi e turismo	6



# L'esperienza DIRETTA della criminalità: analisi per aree e settori



(base = totale campione, n= 900)

## % dichiara ESPERIENZA DIRETTA

### area geografica

Sud e Isole	30
<u>totale Italia</u>	<u>11</u>
Centro	6
Nord Ovest	4
Nord Est	4

### area urbana

grandi centri centro sud	31
<u>totale Italia</u>	<u>11</u>
grandi centri centro nord	1

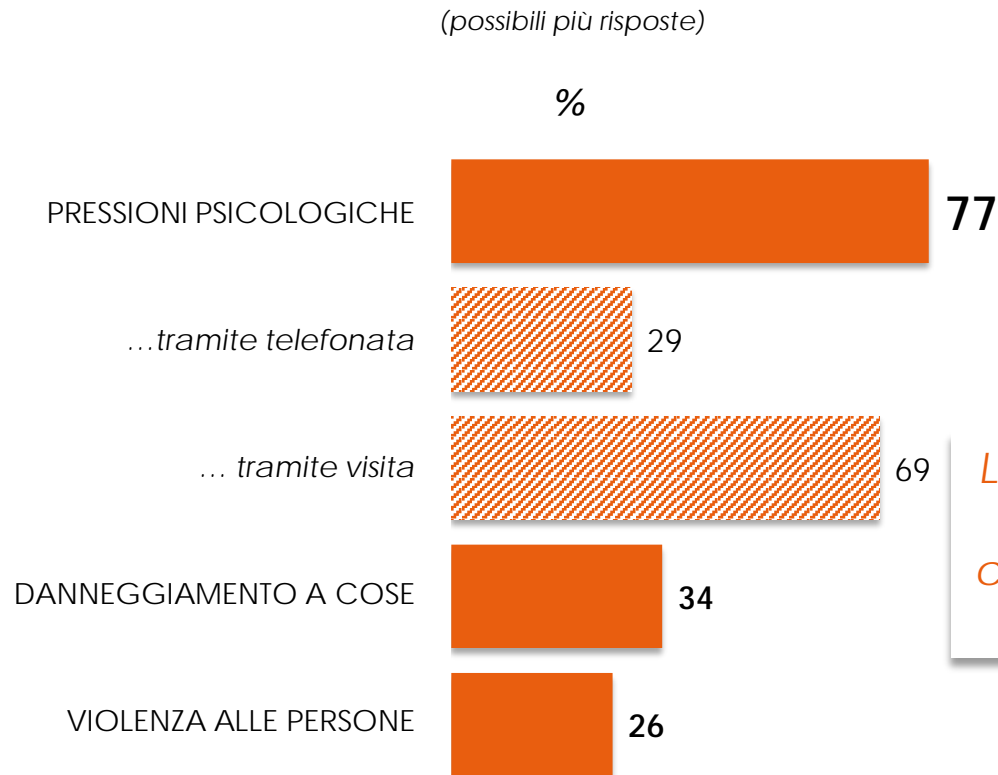
### settore

alimentari	14
pubblici esercizi	12
<u>totale Italia</u>	<u>11</u>
tabaccai	10
Altro (include trasporti)	8
alberghi e turismo	8

# La NATURA delle minacce e delle intimidazioni ricevute



Che genere di minacce o intimidazioni ha ricevuto;  
(base= ha ricevuto minacce, n=185)



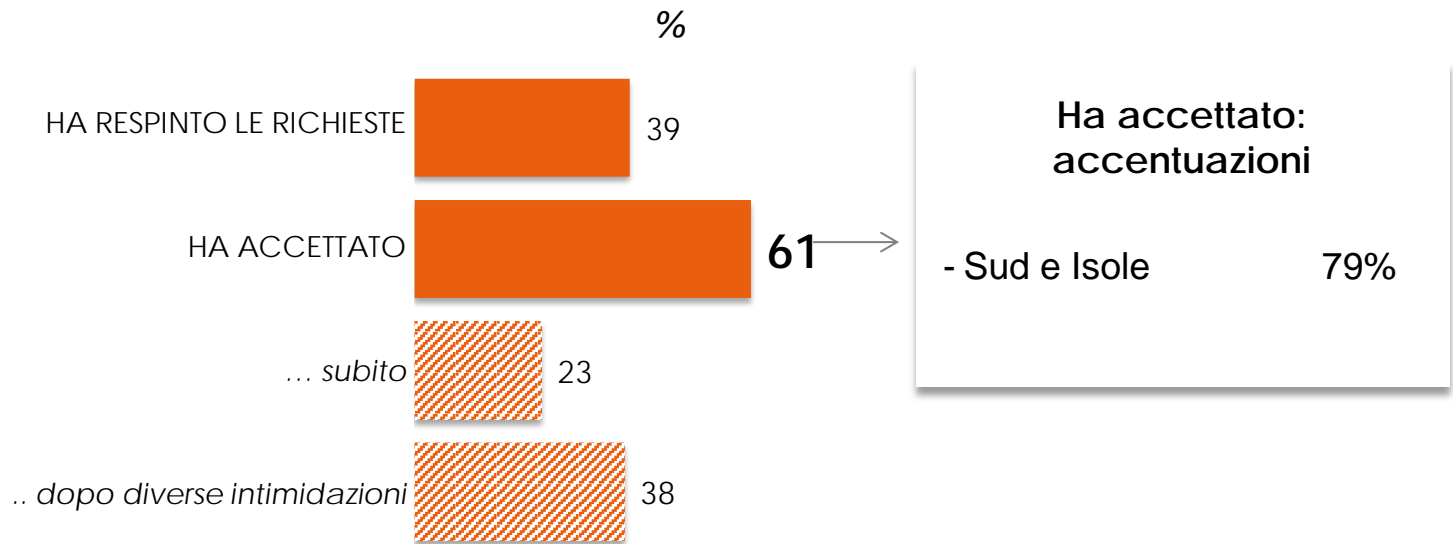
*Le minacce ricevute sono  
nella maggior parte dei  
casi pressioni psicologiche*

# Le risposte alle richieste estorsive



# La RISPOSTA alla richiesta estorsiva

Come ha reagito alla richiesta estorsiva?  
 (base= ha ricevuto minacce, n=185)

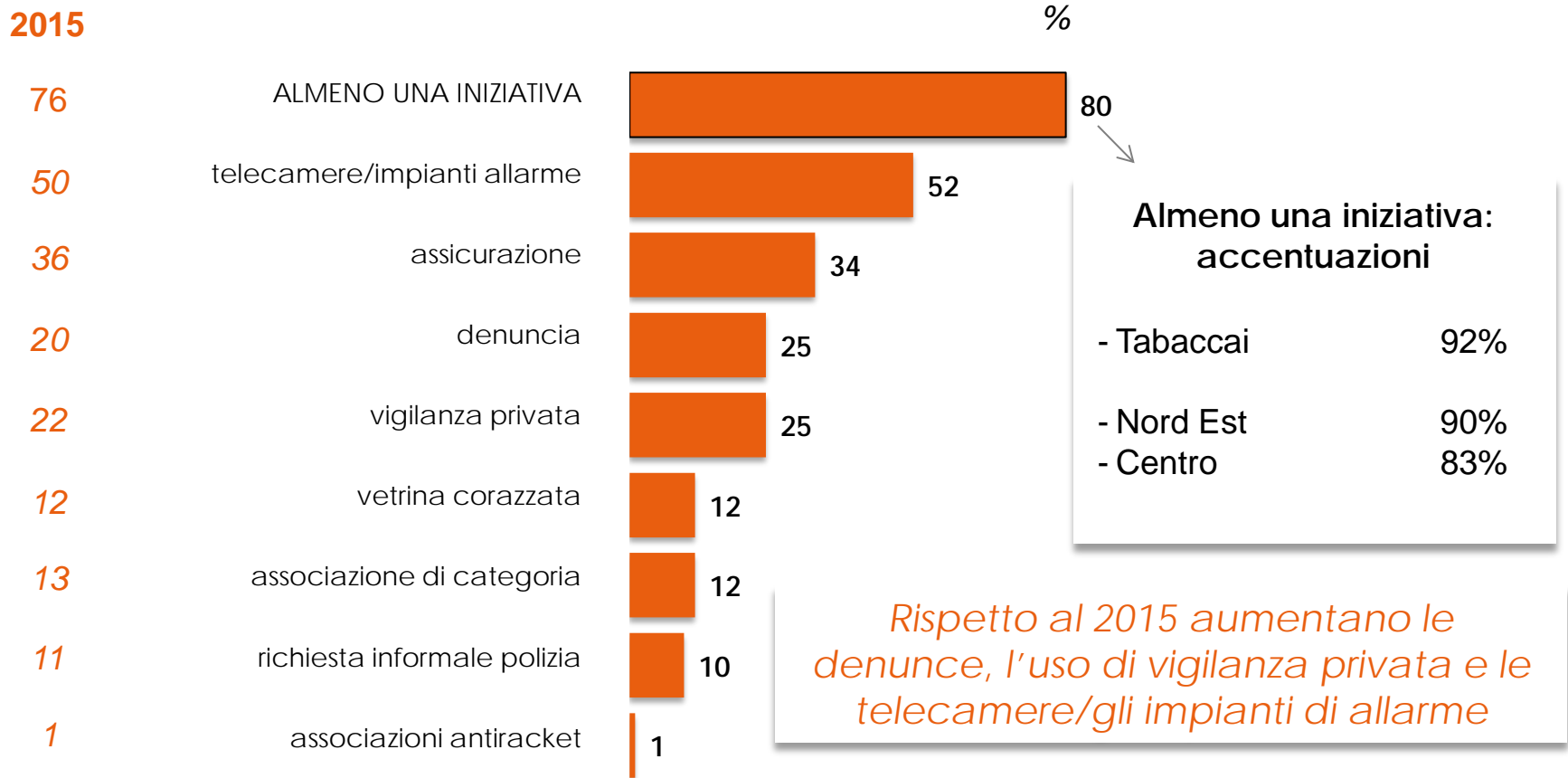


*Il 61% degli imprenditori minacciati ha accettato la richiesta estorsiva. Si nota un'accentuazione al Sud*

# Le azioni a protezione della propria impresa

Che genere di misure cautelative ha preso nei confronti dei fenomeni criminali?  
(base = totale campione, n= 900)

## Le misure per la sicurezza della propria impresa vs racket e criminalità

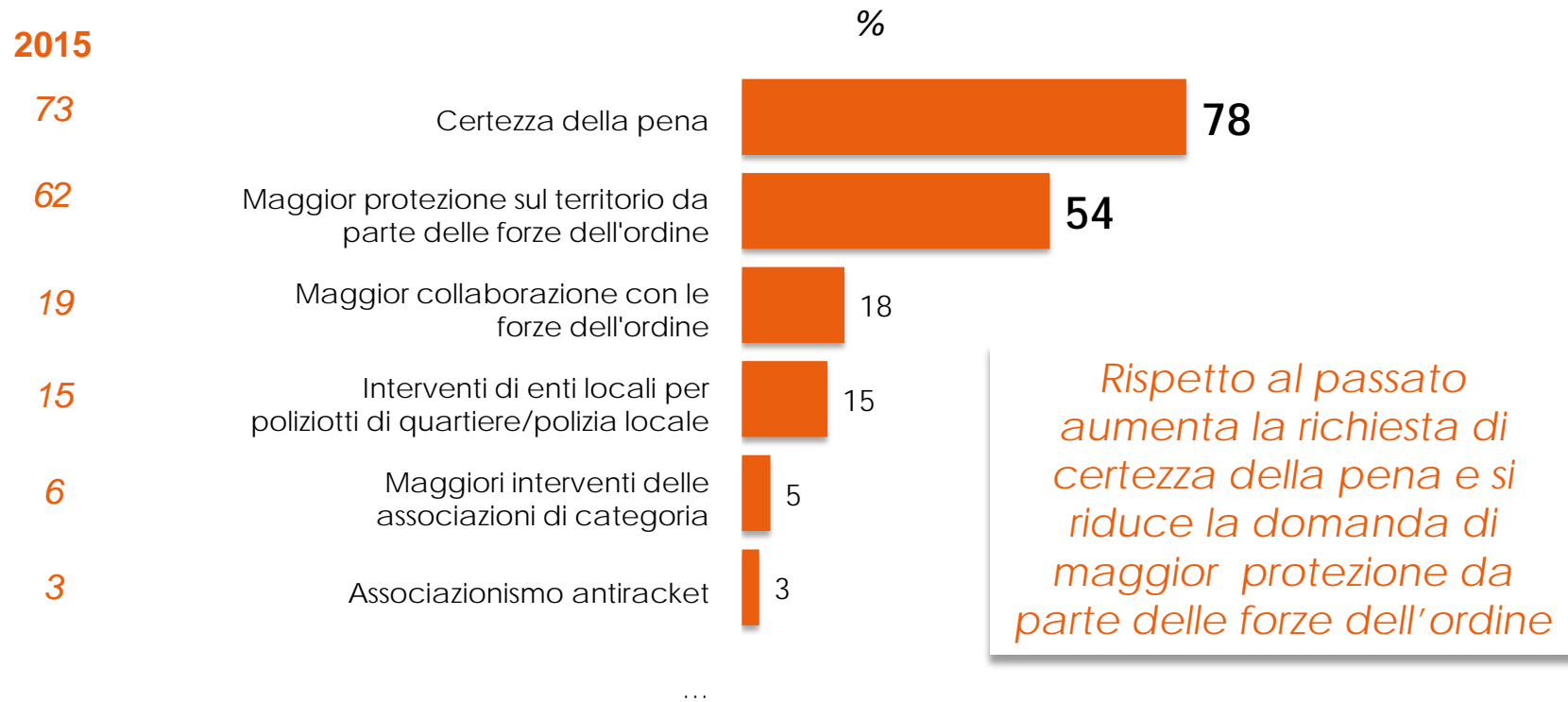




# La sicurezza della propria attività: le iniziative più efficaci

Quali iniziative tra quelle indicate ritiene più efficaci per la sicurezza della sua impresa?  
(base = totale campione, n= 900)

## Le iniziative ritenute più efficaci per la sicurezza della propria impresa



# Le leggi che contrastano i fenomeni criminali

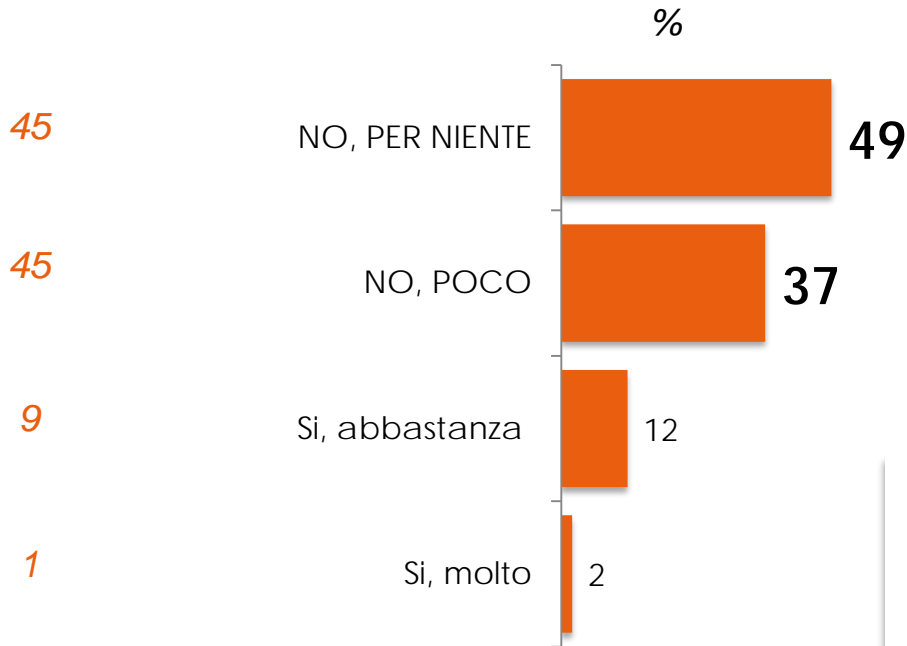


# La percezione sull'efficacia delle leggi che contrastano i fenomeni criminali

Secondo lei, le leggi che contrastano i fenomeni criminali (furti, rapine, usura...), sono efficaci?  
 (base = totale campione, n= 900)

## Le leggi che contrastano i fenomeni criminali sono efficaci...

2015



*Le leggi che contrastano i fenomeni criminali sono ritenute quasi sempre inefficaci (86%)*



# La percezione sull'efficacia delle leggi che contrastano i fenomeni criminali: analisi per aree e settori

(base = totale campione, n= 900)

**% ritengono le leggi per niente efficaci**

## area geografica

Nord Est	57
Nord Ovest	50
<u>totale Italia</u>	<u>49</u>
Sud e isole	45
Centro	44

## area urbana

grandi centri centro nord	57
<u>totale Italia</u>	<u>49</u>
grandi centri centro sud	48

## settore

tabaccai	56
pubblici esercizi	53
<u>totale Italia</u>	<u>49</u>
alimentari	48
altro (include trasporti)	46
alberghi e turismo	33

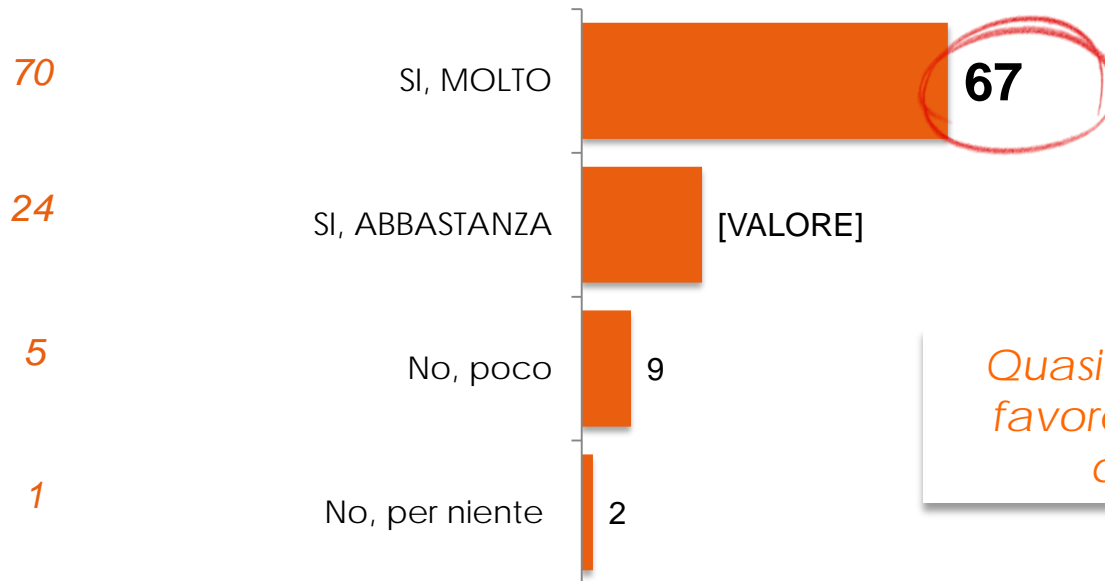
# Propensione all'inasprimento delle pene

Lei sarebbe favorevole ad un inasprimento delle pene?  
 (base = totale campione, n= 900)

## Sarebbero favorevoli ad inasprire le pene...

2015

%



*Quasi tutte le imprese sono favorevoli all'inasprimento delle pene (89%)*

# Propensione all'inasprimento delle pene



(base = totale campione, n= 900)

% molto favorevoli all'inasprimento delle pene

## area geografica

Nord Ovest	75
Nord Est	72
<u>totale Italia</u>	<u>67</u>
Centro	61
Sud e Isole	58

## area urbana

grandi centri centro nord	72
<u>totale Italia</u>	<u>67</u>
grandi centri centro sud	61

## settore

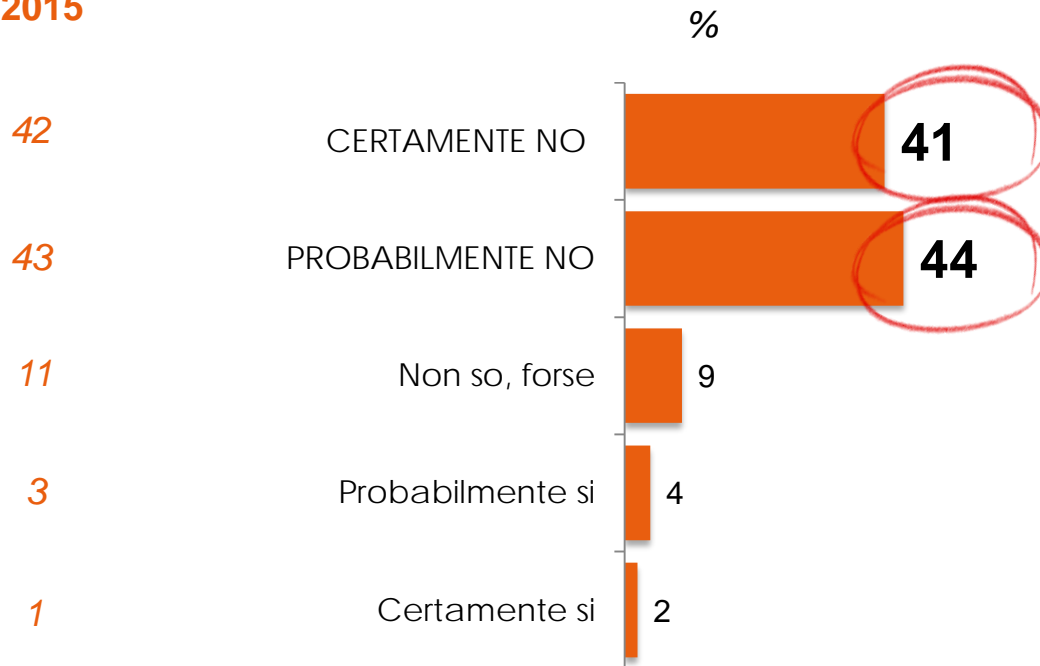
tabaccai	80
alimentari	71
pubblici esercizi	67
<u>totale Italia</u>	<u>67</u>
altro (include trasporti)	65
alberghi e turismo	63

# La percezione sulla certezza della pena

Secondo lei, in Italia, le persone condannate per questi reati scontano realmente la pena?  
 (base = totale campione, n= 900)

## I condannati scontano realmente le pene...

2015



*La grande maggioranza degli imprenditori ritiene che non si scontino realmente le pene per i reati commessi (85%)*

# La percezione sulla certezza della pena



(base = totale campione, n= 900)

% ritengono che i condannati certamente non scontano le pene

## area geografica

Nord Est	54
<u>totale Italia</u>	<u>41</u>
Nord Ovest	40
Centro	36
Sud e Isole	35

## area urbana

grandi centri centro nord	42
<u>totale Italia</u>	<u>41</u>
grandi centri centro sud	37

## settore

tabaccai	48
altro (include trasporti)	42
<u>totale Italia</u>	<u>41</u>
alimentari	40
Pubblici esercizi	41
alberghi e turismo	37

# Metodologia



# Metodologia

**L'indagine è stata realizzata utilizzando la tecnica CAWI** (con compilazione del questionario via WEB).

La rilevazione, avviata il **14 ottobre**, si è chiusa **a fine ottobre**.

**Nel complesso hanno risposto 900 imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti.**

In fase di elaborazione il **campione è stato controllato e riequilibrato sulla base della distribuzione dell'universo di riferimento**, assegnando ad ogni area territoriale e ad ogni settore il peso che realmente ha nell'universo di riferimento.