



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



LEGALITÀ
mi piace!

**Indagine
Confcommercio – GfK Italia
sui fenomeni criminali
(Sintesi)**

Roma, 21 novembre 2018

Da alcuni anni Confcommercio-Imprese per l'Italia realizza, con il supporto di GfK Italia, un'indagine sulla criminalità che colpisce le imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti. Confcommercio-Imprese per l'Italia ha voluto replicare l'indagine anche nel 2018, così da disporre di informazioni aggiornate sui fenomeni di criminalità.

Questi i **temi trattati** dall'indagine:

- ✓ **la percezione sull'andamento della criminalità** (con particolare riferimento a estorsioni, usura, furti, rapine, contraffazione e abusivismo)
- ✓ **l'esperienza di minacce/intimidazioni per finalità di estorsione**, indiretta e diretta
- ✓ **la natura delle minacce/intimidazioni**
- ✓ **le risposte alle richieste estorsive**
- ✓ **le misure di prevenzione e tutela adottate**
- ✓ **le iniziative ritenute più efficaci per la sicurezza delle imprese**
- ✓ **le percezioni sulle leggi che contrastano i fenomeni criminali**
- ✓ **l'esperienza di taccheggio.**

All'indagine, che è stata realizzata dal 24 settembre a fine ottobre, hanno partecipato oltre 4.600 imprese.

In questo documento vengono illustrati i risultati dell'indagine appena realizzata, posti a confronto con quelli dell'indagine 2017.

Sintesi dei principali risultati

Le percezioni sulla criminalità

- ❑ **Un imprenditore su quattro percepisce un peggioramento nei livelli di sicurezza** per la propria attività rispetto all'anno scorso. Il peggioramento è più avvertito al Sud, al Centro, nei grandi centri e tra i venditori su aree pubbliche.
- ❑ I fenomeni maggiormente percepiti in aumento sono: **l'abusivismo** (per il 45% degli imprenditori) e i **furti** (per il 38%); seguono **la contraffazione** (per il 33%) e **le rapine** (per il 27%). Il dato sull'abusivismo è più marcato nel Centro Italia.
- ❑ Si evidenziano accentuazioni in alcuni settori: tra i venditori su aree pubbliche per quanto riguarda abusivismo, contraffazione e furti; tra i tabaccaia per furti e rapine; tra gli albergatori per l'abusivismo.
- ❑ Più contenuta la percezione di aumento dei crimini tipicamente collegabili alla criminalità organizzata come **usura** (in aumento per il 17%) ed **estorsioni** (per il 15%).

L'esperienza concreta con la criminalità

- ❑ **Quasi 1 imprenditore su 4 ha avuto esperienza diretta o indiretta** con la criminalità (esattamente come nel 2017): il **9% degli imprenditori** ha subito personalmente **minacce o intimidazioni** con finalità estorsiva (in linea con il 2017) ed il **21%** conosce **altre imprese** che sono state **oggetto di minacce o intimidazioni** (era il 22% nel 2017).
- ❑ Come in passato, sia l'esperienza diretta sia quella indiretta **si accentuano nel Sud Italia**, e in particolare nei **grandi centri**. Si nota anche un'accentuazione nel settore dei **trasporti**.

La natura delle minacce/intimidazione e la risposta alla richiesta estorsiva

- ❑ Nella grande maggioranza dei casi le minacce subite consistono in **pressioni psicologiche** (78% delle imprese che hanno subito minacce o intimidazioni), in aumento rispetto al 2017 (pari al 69%).
- ❑ Meno rilevante ma sempre consistente l'incidenza di chi dichiara di aver subito **danneggiamento a cose** (36%), in calo rispetto al 2017 (44%). Si conferma l'accentuazione di questo fenomeno nel Sud Italia.
- ❑ Decisamente più contenuta e in lieve diminuzione rispetto al 2017 (11% vs 13%) la quota di imprenditori che dichiarano di aver subito **violenza alle persone**.

La risposta alla richiesta estorsiva

- ❑ **Il 28% degli imprenditori che hanno subito minacce o intimidazioni ha accettato la richiesta estorsiva**, percentuale in calo rispetto al 2017 (pari al 31%).
- ❑ L'incidenza di chi ha accettato la richiesta estorsiva si accentua nel settore alimentare.

Le azioni a protezione della propria impresa

- ❑ **La quota di imprenditori che adotta misure di prevenzione e tutela nei confronti della criminalità è stabile**: circa 4 imprenditori su 5 ne hanno adottato almeno una. Il fenomeno è più accentuato tra i tabaccai, i benzinai e nel settore dei trasporti.
- ❑ Le principali misure riguardano l'utilizzo di telecamere/impianti di allarme (53%), la stipula di assicurazioni (40%), le denunce (32%) e la vigilanza privata (27%), che risultano tutte in aumento rispetto al 2017.

Le iniziative più efficaci per la sicurezza della propria attività

- ❑ La **certezza della pena** si conferma l'iniziativa ritenuta più efficace per la sicurezza della propria impresa (è indicata dal 75% degli imprenditori). Il fenomeno è più accentuato nel Nord Est e nel settore alimentare.
- ❑ Segue la **maggiore protezione da parte delle forze dell'ordine** (58%), con accentuazione al Centro Italia e tra i tabaccai.

La percezione sulle leggi contro i fenomeni criminali

- ❑ **La quasi totalità delle imprese ritiene inefficaci le leggi che contrastano i fenomeni criminali (89%) ed esprime parere favorevole sull'inasprimento delle pene (92%).** Le valutazioni più negative, si accentuano tra i venditori su aree pubbliche, i benzinai e i tabaccai.
- ❑ **Come nel 2017, 4 imprenditori su 5 ritengono che non si scontino realmente le pene per i reati commessi.** I giudizi fortemente severi sono più numerosi tra i tabaccai.

La difesa personale

- ❑ **Il 90% degli imprenditori non dispone di un'arma di difesa personale**; si riduce la quota di chi è propenso a dotarsene in futuro (8% vs. 11% del 2017) e aumenta quella di chi non ha alcuna intenzione di farlo (61% vs. 55% del 2017).

Il taccheggio

- ❑ **La quota di imprenditori che hanno subito episodi di taccheggio è in leggero calo rispetto al 2017**: 39% vs. 43%. Si notano accentuazioni nei grandi centri del Nord, tra i tabaccai e i venditori su aree pubbliche.
- ❑ Il 50% di chi ha subito il taccheggio, lo percepisce in aumento rispetto al passato.

I problemi più gravi del Paese

- ❑ Secondo gli imprenditori i problemi più gravi del Paese sono l'**eccessivo prelievo fiscale** (per il 66%) e la **burocrazia** (57%). La **criminalità è al terzo posto**, indicata da quasi 1 imprenditore su 2 (48%).