

ZA4534

Flash Eurobarometer 186
Business attitudes towards cross-border sales and
consumer protection

Country Specific Questionnaire
Italy

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Bongiorno/buonasera, sono _____ della Demoskopea. Stiamo conducendo una ricerca per la Commissione Europea tra i decision makers/responsabili delle decisioni aziendali. L'intervista richiederà circa 10 minuti.

INTERVISTATORE: SE IL NOME È PRESENTE NEL CAMPO/FIELD "FORNITO DALL'AZIENDA" USARE QUESTO NOME, ALTRIMENTI SELEZIONARE IL NOME APPROPRIATO TRA I NOMINATIVI PRESENTI NEL CAMPO/FIELD "ORIGINAL SAMPLE"

Potrei parlare con (nome)?

SE NON VIENE FORNITO ALCUN NOME DAL CAMPIONE, INTERVISTATORE LEGGERE

Potrei parlare con il decision maker che nella vostra azienda è responsabile delle decisioni aziendali in materia di marketing o delle vendite, compresi gli aspetti legali?

INTERVISTATORE: SE IL NOME DELLA PERSONA DA INTERVISTARE NON È FORNITO NEL SAMPLE, CERCARE DI RAGGIUNGERE IL PRINCIPALE DECISION MAKER: QUESTO È IL DIRETTORE/ AMMINISTRATORE DELEGATO, IL DIRETTORE MARKETING O ALTRI DIRETTORI RESPONSABILI DELLE VENDITE COMPRESI GLI ASPETTI LEGALI.

00 - intervistato eleggibile al telefono SKIP SC1

01 - "decision maker" disponibile SKIP SC1

Richiamare: -----

02 - FISSARE UN APPUNTAMENTO PER RICHIAMARE (utilizzare questo codice ogni volta che non riuscirete a raggiungere il "decision maker", ovvero avete contattato la segretaria, il centralino, un collega ecc., oppure non siete in grado di accertare la disponibilità e/o la competenza della persona che è al telefono)

03 - intervistato non disponibile ora o più tardi, altro possibile intervistato eleggibile

04 - persona non competente

05 - Rifiuto parte iniziale - RIFIUTO MORBIDO

nessun richiamo: -----

06 - la persona non è disponibile durante il periodo di rilevazione, non è disponibile un'altra persona

07 - rifiuto dell'intervistato - RIFIUTO DRASTICO

08 - Barriere linguistiche

09 - Non è possibile ottenere il nome e l'indirizzo del decision maker

10 - La società/l'azienda è in liquidazione

IF SC0=1

LEGGERE UNA VOLTA IN CONTATTO CON IL DECISION MAKER SE DIVERSO DALLA PRIMA PERSONA CONTATTATA:

Bongiorno/buonasera, sono _____ della Demoskopea. Stiamo conducendo una ricerca per la Commissione Europea tra i decision makers/responsabili delle decisioni aziendali. L'intervista richiederà circa 10 minuti.

(LEGGERE A TUTTI)

SC1. Questo studio è parte di uno studio effettuato in tutta l'Unione Europea che raccoglie l'opinione dei decision maker aziendali sulle attività al dettaglio cross-border rivolte ai consumatori e più specificatamente sulle leggi che regolano i contratti al consumatore ed il loro ruolo nel commercio al dettaglio cross-border. L'intervista durerà circa 10 minuti. La riservatezza delle sue risposte verrà rispettata. Può aiutarmi con le sue risposte?

01 - Accetta, iniziare ora l'intervista

02 - Accetta, iniziare l'intervista in un altro momento

Richiamare:-----

03 - intervistato non disponibile ora o più tardi, altro possibile intervistato eleggibile
(NOME SULLO SCHERMO)

04 - Persona non competente su questi argomenti (NOME SULLO SCHERMO)

nessun richiamo:-----

04 - la persona non è disponibile durante il periodo di rilevazione, non è disponibile un'altra persona

05 - rifiuto dell'intervistato

06 - Barriere linguistiche

07 - Non è possibile ottenere il nome e l'indirizzo del decision maker

08 - La società/l'azienda è in liquidazione

SC3. Qual è la Sua posizione in questa azienda?

1 - Amministratore delegato, direttore generale, ecc.

2 - direttore marketing

3 - principale consulente legale

4 - altro decision maker responsabile delle vendite nell'azienda

VIDEATA ORARIO SE È STATA RAGGIUNTA LA PERSONA ELEGGIBILE

Può fornirmi il numero di telefono al quale desidera essere richiamato/a?

Numero: _____

Può darmi il Suo nome?: _____

E la Sua qualifica è?: _____

A CHE ORA PREFERISCE ESSERE RICHIAMATO? (anno, mese, giorno, ora, minuti)

La ringrazio per l'aiuto, la ricontatteremo come concordato.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

BUONGIORNO/BUONASERA, sono _____ della Demoskopea. Quando abbiamo telefonato la volta scorsa, Lei ci ha suggerito di richiamarla in questo momento per condurre un sondaggio per la Commissione Europea tra i decision maker/responsabili delle decisioni aziendali.

☐ Possiamo iniziare l'intervista?

1 - si

2- riprogrammare appuntamento

VIDEATA ORARIO SE NON VIENE RAGGIUNTA LA PERSONA ELEGGIBILE

Può darmi, per favore, il nome della persona idonea?: _____

E la Sua qualifica o posizione aziendale è... _____

Può fornirmi il numero di telefono dove Lo/La posso chiamare?

Numero: _____

A che ora dovrei richiamare per parlare con il decision maker (con la persona che ha potere decisionale)? (anno, mese, giorno, ora, minuti)

DEMOGRAFICI/SCREENER

D1. Cominciamo con alcune domande base sulla Sua azienda. Quanti dipendenti ha la sua azienda?

- meno di 100
- 10-491
- 50-2492
- 250-4993
- 500 o oltre4
- [Non so/non risponde]9

SE MENO DI 10 RINGRAZIARE E CHIUDERE

D2. La sua azienda vende direttamente al consumatore finale, nel senso del pubblico in generale?

- Si1
- no2
- [Non so/non risponde]9

SE NON RISPONDE "SI" RINGRAZIARE E CHIUDERE

D3. La sua azienda è....

(LEGGERE – UNA SOLA RISPOSTA)

- un società indipendente 1
- la società madre di un gruppo multinazionale 2
- un membro di un gruppo multinazionale autorizzato dalla società madre di vendere ai consumatori che vivono in altri paesi dell'Unione Europea 3
- un membro di un gruppo multinazionale NON autorizzato dalla società madre di vendere a consumatori che vivono in altri paesi dell'Unione Europea 4
- [Non so/non risponde] 9

SE Q1= 4, RINGRAZIARE E CHIUDERE

D4. Italia compresa, in quanti paesi dell'Unione Europea avete consociate o negozi al dettaglio?

- RIPORTARE:paesi (1 - 25)
- [Non so/non risponde] 99

D5. DA NON CHIEDERE, REGISTRARE DA DATA-BASE
Codice NACE dell'attività principale dell'azienda

D6. DA NON CHIEDERE, REGISTRARE DA DATA-BASE
NUTS, regione dell'azienda (NUTS 2 level)

INTERVISTA PRINCIPALE

Q1. Utilizzate qualcuno dei seguenti canali di vendita per il dettaglio?

(SONO POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)

- Sì 1
- no 2
- [Non so/non risponde] 9

- a) e-commerce / Internet 1 2 9
- b) vendita per corrispondenza 1 2 9
- c) vendite telefoniche / call center 1 2 9
- d) vendite attraverso rappresentanti che visitano i consumatori a casa 1 2 9
- e) vendita al dettaglio diretta (cioè negozi) 1 2 9

- NEW, 3 QU -

Q2. Italia compresa, verso quanti paesi dell'Unione Europea commercializzate/ pubblicizzate attivamente all'indirizzo dei consumatori finali?

(LEGGERE- UNA SOLA RISPOSTA)

- RIPORTAREpaesi (1 - 25)
- [Non so/non risponde] 99

- 1 QU -

Q3. Può stimare quale percentuale del vostro budget totale per marketing e pubblicità è destinata ad incoraggiare i consumatori di altri paesi dell'UE ad acquistare da voi? Questa volta "l'acquisto" può essere via telefono, per posta, via Internet (e-commerce), visite a casa o anche venendo nel vostro paese

SE D4 > 0

Può stimare quale percentuale del vostro budget totale per marketing e pubblicità è dedicata ad incoraggiare i consumatori di altri paesi dell'UE dove non avete punti vendita ad acquistare da voi? Questa volta "l'acquisto" può essere via telefono, per posta, tramite internet (e-commerce), visite a casa o anche venendo nel vostro paese

-%
- [NON APPLICABILE] 998
- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

CHIEDERE SE Q1e) = 1

Q4. Delle vostre VENDITE AL DETTAGLIO NEI NEGOZI, può stimare la percentuale delle vendite effettuate a consumatori che vivono in altri paesi dell'EU, che sono in vacanza o in gita per fare acquisti?

-%
- [NON APPLICABILE – Nessuna vendita al dettaglio nei negozi]998
- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

Q5. Attualmente in quante lingue dell'UE siete preparati a fare transazioni con i consumatori?

(LEGGERE– UNA SOLA RISPOSTA)

- solo in italiano 01
- RIPORTARE:lingue (02 -98)
- [Non so/non risponde] 99

- 1 QU -

I VENDITE CROSS-BORDER

Secondo la nostra definizione, una vendita cross-border è una vendita telefonica, per corrispondenza o via internet (e-commerce) oppure attraverso una visita in casa del consumatore finale (cioè il pubblico in generale) residente in un paese dell'Unione Europea diverso dal paese del venditore. L'origine del prodotto venduto non è rilevante. Ciò che importa è che il cliente finale risieda in un paese dell'UE diverso da quello del venditore nel momento in cui avviene la transazione. Le vendite nei negozi a persone di un altro paese dell'UE che sono in vacanza o in viaggio per fare acquisti non è classificata come vendita crossborder.

- 0,5 QU -

Q6. Verso quanti paesi dell'UE effettuate attualmente vendite crossborder a consumatori finali?

(LEGGERE- UNA SOLA RISPOSTA)

- Vendo solo a consumatori in Italia 00
- RIPORTARE:paesi (01 - 24)
- [Non so/non risponde] 99

- 1 QU -

Q7. Lei direbbe che internet e l'e-Commerce hanno reso più interessanti per la vostra azienda le vendite cross-border ai consumatori finali

- sì, molto più interessanti 1
- sì, abbastanza più interessanti 2
- non ha avuto alcun impatto 3
- no, lo ha reso meno interessante 4
- [Non so/non risponde] 9

- 1 QU -

RUOTARE Q8-Q11

CHIEDERE SE Q1 a) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99).

Q8. considerando il totale delle vostre vendite via INTERNET / e-COMMERCE, può stimare la percentuale di vendite a consumatori residenti in altri paesi dell'UE

-%
- [NON APPLICABILE - Nessuna vendita via internet] 998
- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

CHIEDERE SE Q1 b) OR c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Considerando il totale delle vostre vendite PER CORRISPONDENZA O TELEFONICHE, può stimare la percentuale di vendite a consumatori che vivono in altri paesi dell'UE

-%
- [NON APPLICABILE - Nessuna vendita per corrispondenza o telefonica] 998
- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

CHIEDERE SE Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Considerando il totale delle vendite effettuate DAI VOSTRI RAPPRESENTANTI mediante visite ai consumatori, può stimare la percentuale di vendite effettuate dai vostri rappresentanti visitando consumatori di altri paesi dell'UE

-%
- [NON APPLICABILE - Nessuna vendita attraverso rappresentanti] 998
- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

CHIEDERE SE Q1 a) OR b) OR c) OR d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Ora, per riassumere, considerando il totale delle vostre vendite ai consumatori finali, siano esse telefoniche, per corrispondenza, e-commerce e mediante visite a domicilio, può fornirmi una stima percentuale delle vendite cross-border verso paesi UE

-%

- [NON APPLICABILE - nessuna vendita a distanza a consumatori che vivono in un paese diverso]

..... 998

- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

CHIEDERE SE Q1 a) OR b) OR c) OR d) = 1

Q12. E sul totale delle vostre vendite ai consumatori finali, siano esse telefoniche, per corrispondenza, e-commerce e mediante visite a domicilio, può fornirmi una stima percentuale delle vendite cross-border verso paesi NON-UE

-%

- [NON APPLICABILE - Nessuna vendita a distanza a consumatori che vivono in paesi fuori dall'UE] 998

- [Non so/non risponde] 999

- 1 QU -

II. OSTACOLI AL COMMERCIO CROSS-BORDER B2C

Q13.

[SE Q6=0 LEGGERE]

Lei, poco fa, mi ha detto che vendete solo a consumatori italiani. Ora vorrei chiedere la Sua opinione sui problemi che Lei, in quanto imprenditore, potrebbe dover affrontare in caso di marketing o vendite cross-border

[SE Q6>1 & Q6< 99 LEGGERE]

In base alle Sue esperienze nelle vendite o nel marketing cross-border vorrei conoscere la Sua opinione sull'importanza di alcune differenze legali riguardanti la tutela del consumatore nell'UE

[A TUTTI]

Se vendete per corrispondenza, via telefono, via e-commerce o visite a domicilio a consumatori che vivono in altri paesi dell'UE, dovete attenervi ad alcune disposizioni legali che regolano le operazioni commerciali del paese del consumatore. Queste disposizioni possono essere diverse dalle leggi italiane e possono dare l'avvio a costi extra di conformità, includendo i costi per ottenere appropriata consulenza legale, cambiare il materiale di marketing o i contratti, o nel caso di non-conformità, possibili costi di vertenza.

Ora Le esporrò alcune di queste differenze legali. Quanto ritiene che queste siano di significativo ostacolo alle vendite cross-border? Per evitare qualunque fraintendimento, per ogni fattore Le fornirò delle brevi spiegazioni.

(LEGGERE– UNA SOLA RISPOSTA – RUOTARE A-G)

- ostacolo molto significativo1
- ostacolo abbastanza significativo.....2
- non è un ostacolo significativo3
- non è affatto un ostacolo.....4
- [assolutamente non interessato alle vendite cross-border] 8
- [Non so/non risponde]9

A – differenze nella durata del periodo di raffreddamento/cooling off

..... 1 2 3 4 9

Nelle vendite di merci ai consumatori via telefono, posta, e-commerce o nelle case, il consumatore ha il diritto di cambiare idea e recedere dal contratto entro un determinato periodo. I consumatori di alcuni paesi hanno più tempo di altri per restituirvi le merci, per un periodo che oscilla dai sette (7) ai quattordici (14) giorni di calendario.

B – Differenze nelle informazioni da fornire al consumatore

..... 1 2 3 4 9

Nelle vendite di merci ai consumatori via telefono, posta, e-commerce o in casa, bisogna fornire al consumatore alcune informazioni prima o al momento di concludere un contratto. Potrebbe essere necessario da parte vostra modificare il contenuto, (es. fornire sempre il vostro indirizzo) la tempistica ed il format delle informazioni secondo il paese del consumatore

C – Differenze nel caso di inadempienza nel fornire informazioni

..... 1 2 3 4 9

Le conseguenze da affrontare per aver omesso di attenersi ai requisiti di informazioni sono regolamentate in modo diverso all'interno dell'UE. In alcuni paesi il consumatore può ottenere dei rimedi contrattuali (es. può avere il diritto di

rescindere il contratto con Voi), mentre i consumatori di altri paesi dell'UE possono non avere tali diritti

D – Differenze nel modo in cui i consumatori possono esercitare il loro diritto a tirarsi indietro

..... 1 2 3 4 9

In alcuni paesi, i consumatori possono scegliere il modo di informarvi (es. inviando una e-mail o semplicemente restituendo la merce), mentre in altri sono obbligati ad utilizzare determinate procedure come la posta raccomandata.

E– Differenze nel trattamento dei costi del reso

..... 1 2 3 4 9

A secondo del paese, in caso di cancellazione vi è consentito richiedere ai consumatori di pagare alcune spese (per es. il costo per rimandare le merci), mentre in altri non è consentito.

F – Differenze nella definizione di consegna

..... 1 2 3 4 9

A secondo del paese, la merce si considera consegnata ai consumatori in momenti diversi (ad es. quando le merci sono materialmente passate nelle mani del consumatore o quando sono messe a sua disposizione presso i vostri locali aziendali). Queste differenze possono avere per voi delle conseguenze nel determinare chi si addossa la responsabilità del deterioramento o danneggiamento delle merci

G – Differenze legislative tra gli Stati Membri riguardanti le merci non conformi al contratto col consumatore

..... 1 2 3 4 9

Ad esempio, i consumatori in alcuni paesi hanno più tempo che in altri per richiedervi la riparazione, la sostituzione o una riduzione di prezzo di un bene non conforme

- 3.5 QU + 7 X 0,5 QU for the explanations: 8 QU –

Q14. Nell'insieme, come valuterebbe i possibili costi extra di conformità per vendite cross-border, derivanti dalle diverse leggi nazionali che regolano le transazioni con i consumatori negli altri paesi dell'UE?

(LEGGERE– UNA SOLA RISPOSTA)

- Molto alti..... 4
- abbastanza alti 3
- Abbastanza bassi 2
- Irrilevanti..... 1
- [Non so/non risponde] 9

- 1 QU –

Q15.

[SE Q6=0

Ora Le chiederò la Sua opinione su altri ostacoli che Lei, come imprenditore, potrebbe affrontare nel marketing o nelle vendite cross-border all'interno della UE.]

[SE QE>=1

In base alla Sua esperienza di marketing o vendite gross-border, vorrei conoscere la Sua opinione sull'importanza di qualche altro ostacolo pratico.

Per favore mi dica quanto sono importanti per Lei questi ostacoli sulle vendite cross-borders.

(LEGGERE– UNA RISPOSTA PER RIGA)

- Molto importante1
- Abbastanza importante2
- abbastanza non importante.....3
- Per niente importante.....4
- [assolutamente non interessato alle vendite cross-border] 8
- [Non so/non risponde]9

- a) Costi extra di osservanza delle diverse normative fiscali nazionali (Leggi sull'IVA, ecc.) 1 2 3 4 9
- b) Costi extra per l'osservanza delle diverse leggi nazionali che regolano le transazioni dei consumatori 1 2 3 4 9
- c) Costi extra che derivano dalle consegne oltre confine (cross-border)..... 1 2 3 4 9
- d) Maggior difficoltà nel risolvere reclami e conflitti cross-borders. 1 2 3 4 9
- e) Maggior rischio di frode e di mancato pagamento nelle vendite cross-borders..... 1 2 3 4 9
- f) Maggior difficoltà nel garantire un'efficiente assistenza post-vendita..... 1 2 3 4 9
- g) Costi derivanti dalle differenze linguistiche. 1 2 3 4 9

- 4 QU –

III. Misure per facilitare il commercio cross-border dall'azienda al consumatore

Q16 Se le disposizioni di legge in materia di transazioni con i consumatori fossero le stesse per tutti i 25 stati membri della UE, Lei ritiene che...

(LEGGERE– Solo una risposta per riga)

- Aumenterebbe moltissimo..... 4
- Aumenterebbe di poco3
- Diminuirebbe di poco2
- Diminuirebbe moltissimo1
- [Non cambierebbe].....8
- [Non so/non risponde]9

A. la percentuale delle Sue vendite cross-border..... 1 2 3 4 9

B. la percentuale delle Sue vendite su internet 1 2 3 4 9

C. la percentuale del suo budget di marketing per le vendite cross border. 1 2 3 4 9

- 2 QU –

Q17 Verso quanti paesi dell'UE Lei è preparato ad effettuare vendite cross-border ai consumatori finali?

(LEGGERE– UNA SOLA RISPOSTA)

- in nessuno, sono solo in grado di vendere a consumatori in Italia 1
- un paese 2
- da due a tre paesi dell'UE 3
- da quattro a dieci paesi dell'UE 4
- in più di dieci paesi dell'UE..... 5
- [Non so/non risponde] 9

- 1 QU –

Q18 Lei sa dove può trovare informazioni pertinenti sulle normative a tutela dei consumatori in altri paesi dell'UE?

(LEGGERE – UNA SOLA RISPOSTA)

- Si 1
- no 2
- [Centro Europeo Consumatori]..... 7
- [Euro Info Centre (Centro Europeo Informazioni)] 8
- [Non so/non risponde] 9

- 1QU –

Q19 Ora Le farò una domanda relativa alle controversie con i consumatori in Italia, indipendentemente dal fatto che si tratti di vendite cross-border o di una normale situazione di vendita. Lei ha già utilizzato meccanismi di Soluzioni Alternative alle Dispute (ADR) (ad esempio: arbitrati, ombudsmen, giudici di pace, altre organismi extragiudiziari per la risoluzione delle controversie) per comporre controversie con i consumatori?

(LEGGERE – UNA SOLA RISPOSTA)

- No e non conosco nessuno di questi meccanismi..... 1

- No, ma conosco alcuni meccanismi extragiudiziari
per la soluzione delle controversie..... 2
- Sì, ho utilizzato il meccanismo extragiudiziario di risoluzione delle dispute
..... 3
- Sì, utilizzo regolarmente questi meccanismi 4
- [Non so/non risponde] 9

- 1QU -