



**Federazione regionale
dell'Emilia Romagna**

**Concorrenza sleale e competitività,
non è solo allarme Cina per il Made in Italy**

Bologna, 5 maggio 2005

*Indagine condotta con la collaborazione del Centro di documentazione telematica della CNA
Federazione regionale dell'Emilia Romagna*



La seguente **Nota Informativa** è in ottemperanza alla delibera 153 del 25.7.2002 (G.U. 8.8.2002, n. 185) **REGOLAMENTO IN MATERIA DI PUBBLICAZIONE E DIFFUSIONE DEI SONDAGGI SUI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA**

Concorrenza sleale e competitività Aprile 2005

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Freni Ricerche di Marketing

Committente ed Acquirente: CNA Emilia Romagna

Coordinamento CNA: Cristina Di Gleria

Responsabile della ricerca: Vincenzo Freni

Assistente alla ricerca e Coordinamento Field: Rosaria Agnoletti

Universo: imprese artigiane e non, associate alla CNA, in possesso di mezzi informatici, operanti in Emilia Romagna nell'anno 2005 nei seguenti macro settori di attività: manifatture, costruzioni, servizi

Campione: arbitrario stratificato per i 3 settori di attività e per province dell'Emilia Romagna (vedi appendice).

Aree Campione: Bologna, Forlì - Cesena, Ferrara, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia, Rimini.

Metodo: Indagine semi-estensiva realizzata tramite interviste somministrate via Mail a responsabili di aziende eccellenti associate CNA

Periodo della rilevazione: prima di Aprile 2005

Campione teorico: 135 aziende

campione effettivo: 104 aziende per i dati congiunturali (interviste ricevute e validate all' 8 Aprile 2005) +3 interviste pervenute a field concluso

Modulo d'intervista utilizzato: Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in Appendice

La percentuale dei responsabili aziendali che hanno risposto a ciascuna domanda e la percentuale dei non rispondenti figurano nelle tabelle allegate

Il "documento" completo del sondaggio, come richiesto dall'Authority in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni www.frenimkt.com e, in forma sintetica, privo dei risultati come richiesto dalla recente Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell' *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* www.agcom.it

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The **Market Research Society** - Londra) e dell'**A.M.A** (**American Marketing Association**) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui Freni Ricerche di Marketing è rispettivamente *full e professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (**European Society for Opinion and Marketing Research**)

Privacy. Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati.

Inoltre, essendo l'appartenenza ad una Associazione di Categoria, quale la CNA, da intendersi come dato sensibile, la distinta delle aziende intervistate, disponibile comunque per motivi di studio presso la sede regionale della CNA, non viene inclusa nel presente rapporto pubblico.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà della CNA dell'Emilia Romagna I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono, con l'autorizzazione della CNA dell'Emilia Romagna venire riprodotti e resi pubblici citando la fonte: ©Freni *Ricerche Sociali e di Marketing*

L'utilizzo e la riproduzione pur parziale del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta © Vincenzo Freni

Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni *Ricerche di Marketing SMART* (Statistics for **MARKeting Test**), le elaborazioni di tipo multivariato sono interfacciate con **Cluto**

Celebrating 22 Years
Quality ad hoc research



Crediamo nell'importanza della ricerca e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché la conoscenza è un bene di tutti. Sul sito www.frenimkt.com mettiamo a disposizione materiale didattico specialistico continuamente aggiornato e alcune ricerche di pubblico dominio. Niente di più semplice per valutare e confrontare lo standard qualitativo della nostra attività.

Concorrenza sleale e competitività, non è solo allarme Cina per il made in Italy

Competizione e concorrenza “sleale”

Il sondaggio si occupa dello scenario competitivo nel quale le piccole e medie aziende dell’Emilia-Romagna operano, e, in particolare, delle situazioni di concorrenza “sleale” che sono costrette a subire.

La tematica è stata suggerita da ripetute segnalazioni emerse, a livello spontaneo, nel corso delle precedenti rilevazioni congiunturali; queste segnalazioni non si riferivano soltanto alla concorrenza di prodotti provenienti dall’Estremo Oriente (con costi produttivi, sociali e ambientali insignificanti), ma indicavano la presenza di strutture produttive (e di servizio) collocate all’interno della nostra regione che operavano in un regime di clandestinità e illegalità, parziale o anche totale.

Sottoposte ad una concorrenza “sleale” risultano, non soltanto, le aziende del comparto edile (dove il fenomeno ha raggiunto dimensioni rilevanti) e del tessile-abbigliamento-calzature e pelletteria, ma persino quelle dei servizi alle persone e dei trasporti (in conseguenza dell’attività di conducenti “non in regola”, del mancato rispetto dei contratti di lavoro, della violazione delle norme di sicurezza, soprattutto da parte di competitor provenienti dai Paesi dell’est europeo).

Risultano ancora non raggiunte in modo significativo dal fenomeno della concorrenza “sleale”, le aziende del comparto metalmeccanico (che tra l’altro hanno un andamento positivo) e quelle dei servizi alle aziende.

Nota alla lettura dei grafici e dei dati contenuti nel rapporto

I grafici consentono una lettura più rapida dell’informazione ma, per limiti oggettivi, non possono essere così analitici quanto può essere una tabella numerica.

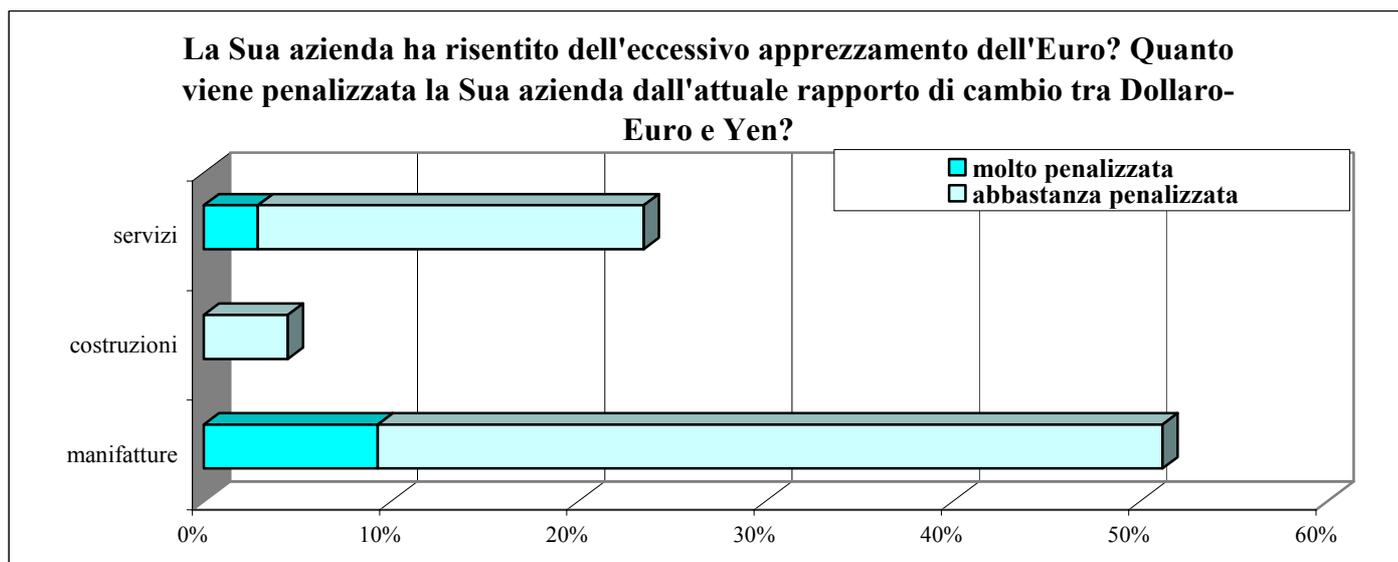
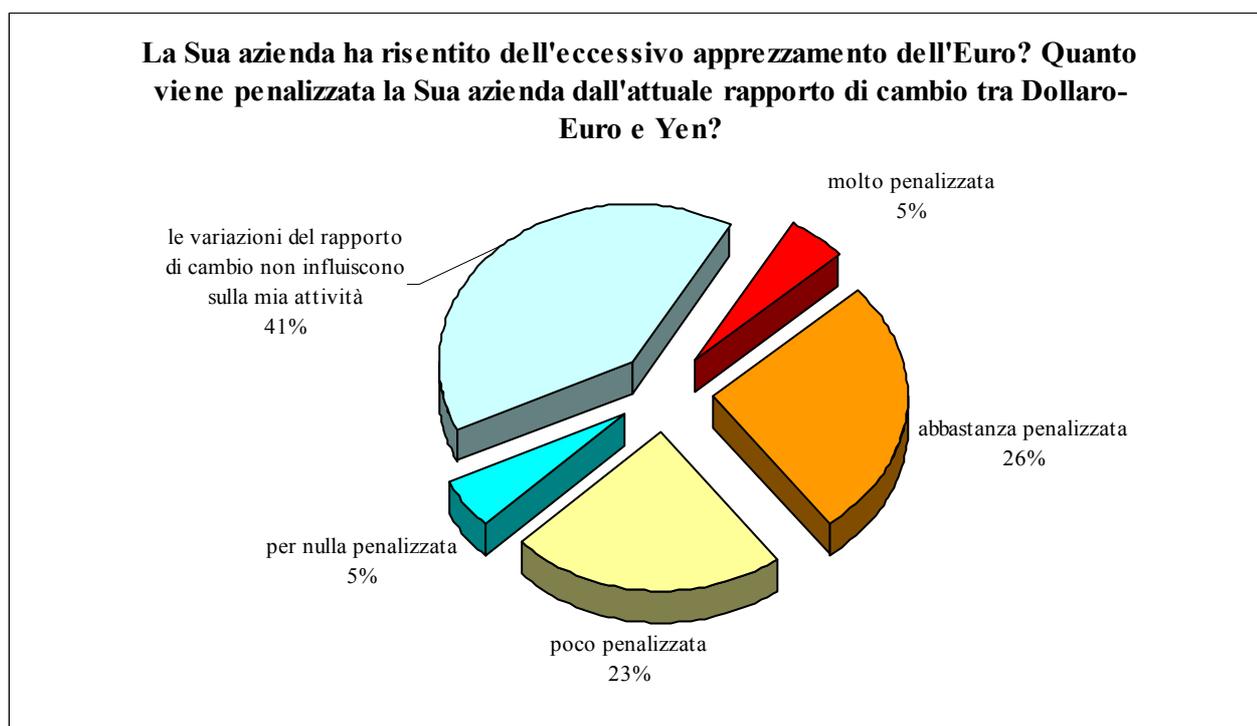
Nei grafici, nella maggior parte dei casi, non vengono rappresentati i non-rispondenti pertanto i valori vengono riproporzionati alla base numerica dei soli rispondenti.

Nella lettura delle tabelle si tenga presente che nel caso di risposte singole la somma delle frequenze viene indicata come TOTALE mentre nel caso di risposte multiple (che cumulate possono superare il 100%) compare la scritta BASE (che indica il numero di rispondenti).

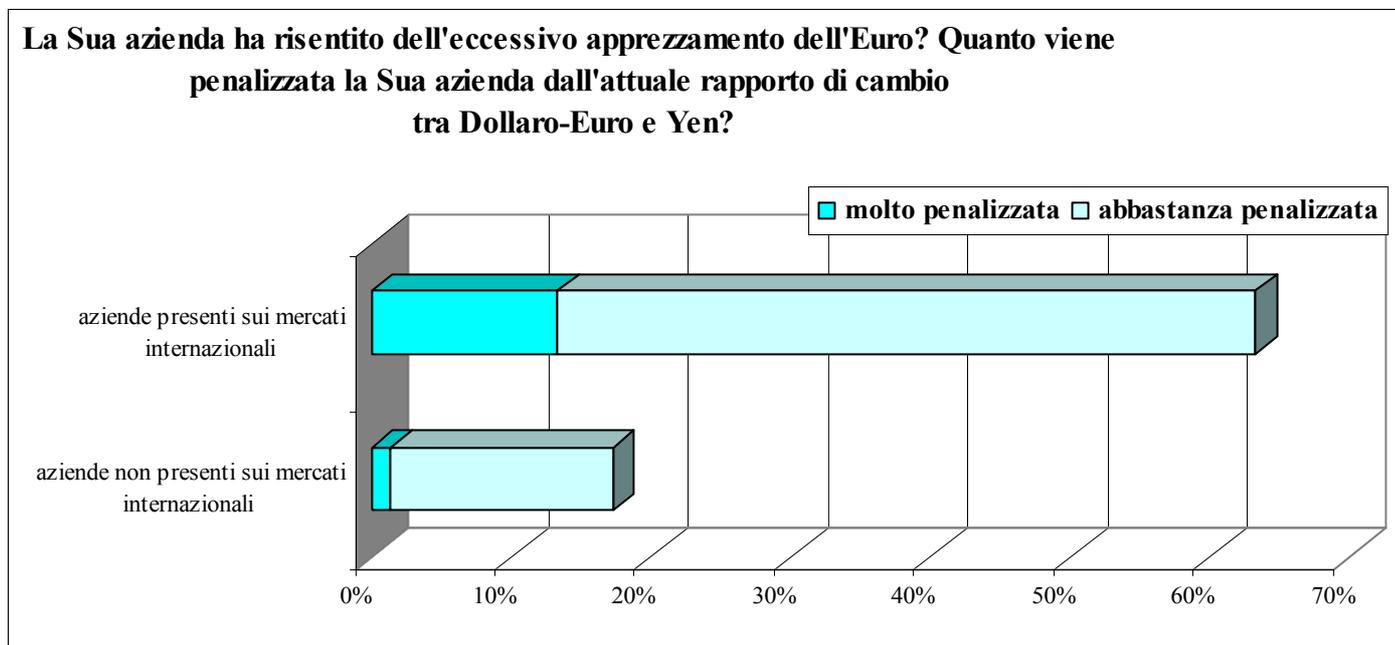


La rivalutazione dell'Euro

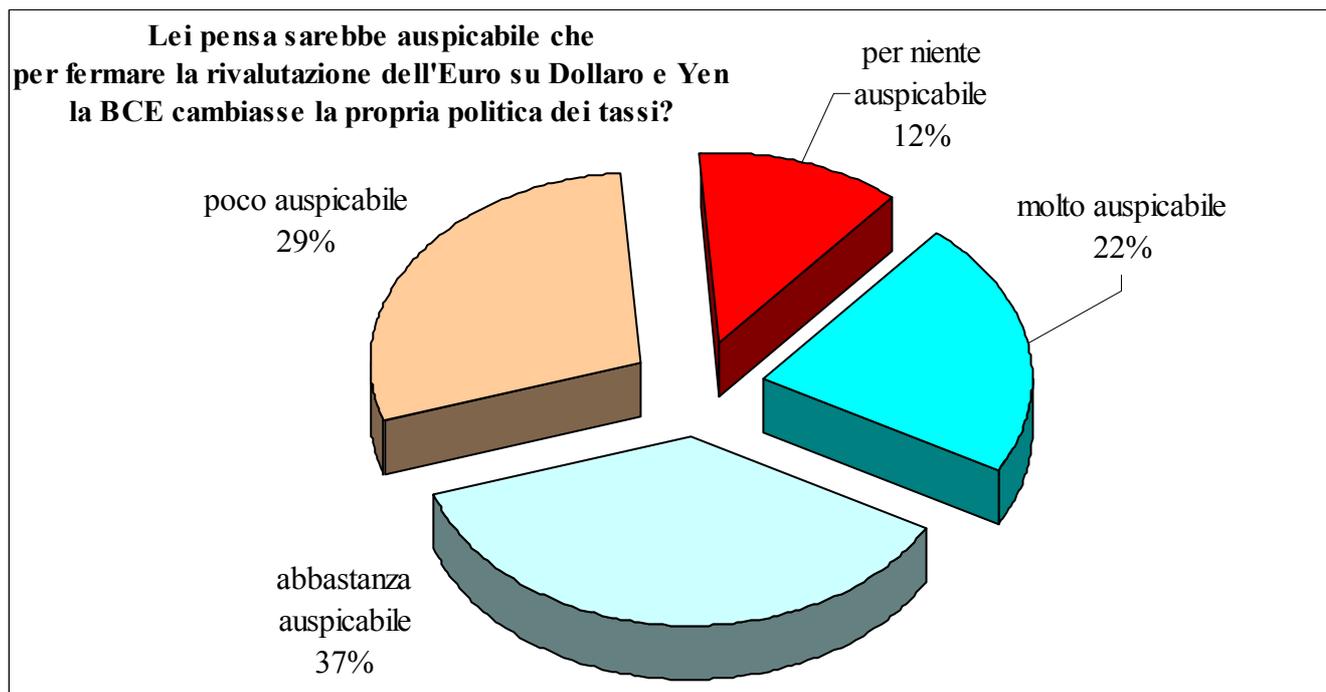
Più di un'azienda su 4 ha subito in conseguenza dell'apprezzamento dell'Euro su Dollaro e Yen, una significativa penalizzazione (si tenga presente che per una quota consistente delle aziende, circa il 40%, che operano esclusivamente su base locale, il rapporto di cambio risulta ininfluente); quelle penalizzate per la rivalutazione dell'Euro sono, in primo luogo, le aziende manifatturiere.



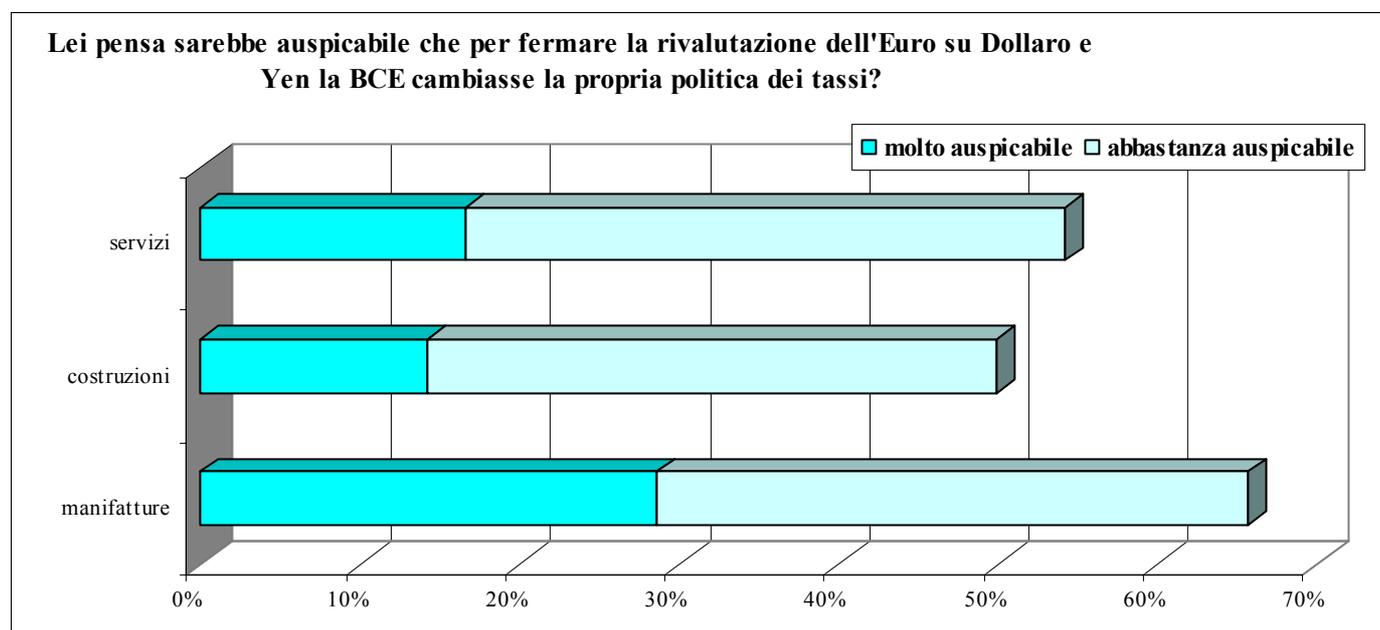
Sono le imprese impegnate sui mercati internazionali, inevitabilmente, quelle che risentono più negativamente del rapporto di cambio sfavorevole. Le conseguenze negative dell'apprezzamento dell'Euro risultano marginali, invece, fra le aziende attive soltanto sul mercato nazionale (anche perché compensate dall'effetto sul costo delle materie prime, come nel caso delle aziende di autotrasporto).



Il rapporto di cambio

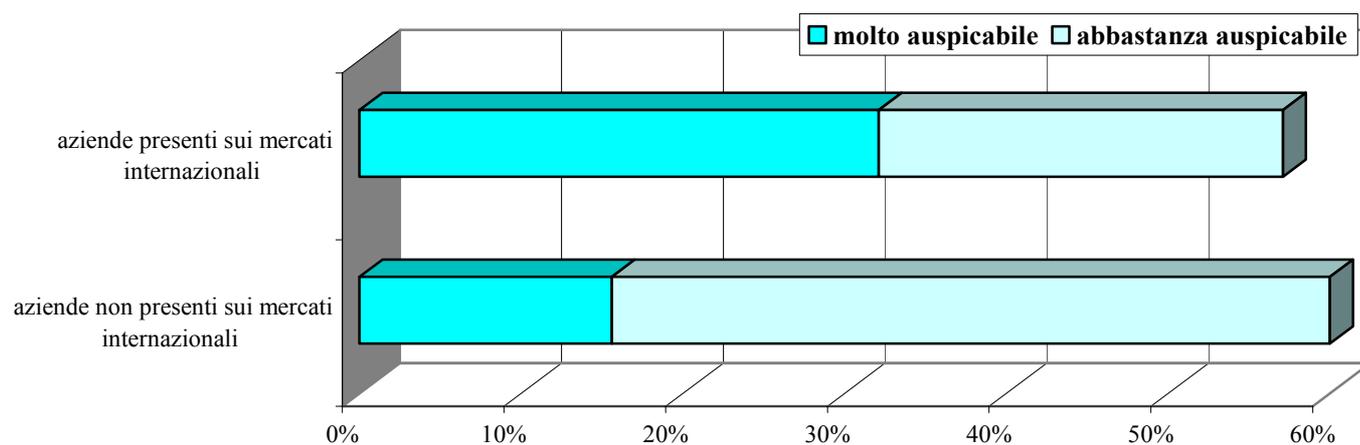


Un rapporto di cambio più equilibrato rappresenta l'auspicio di circa 2 aziende su 3 nel comparto manifatturiero ma anche di una parte di quelle dei servizi.



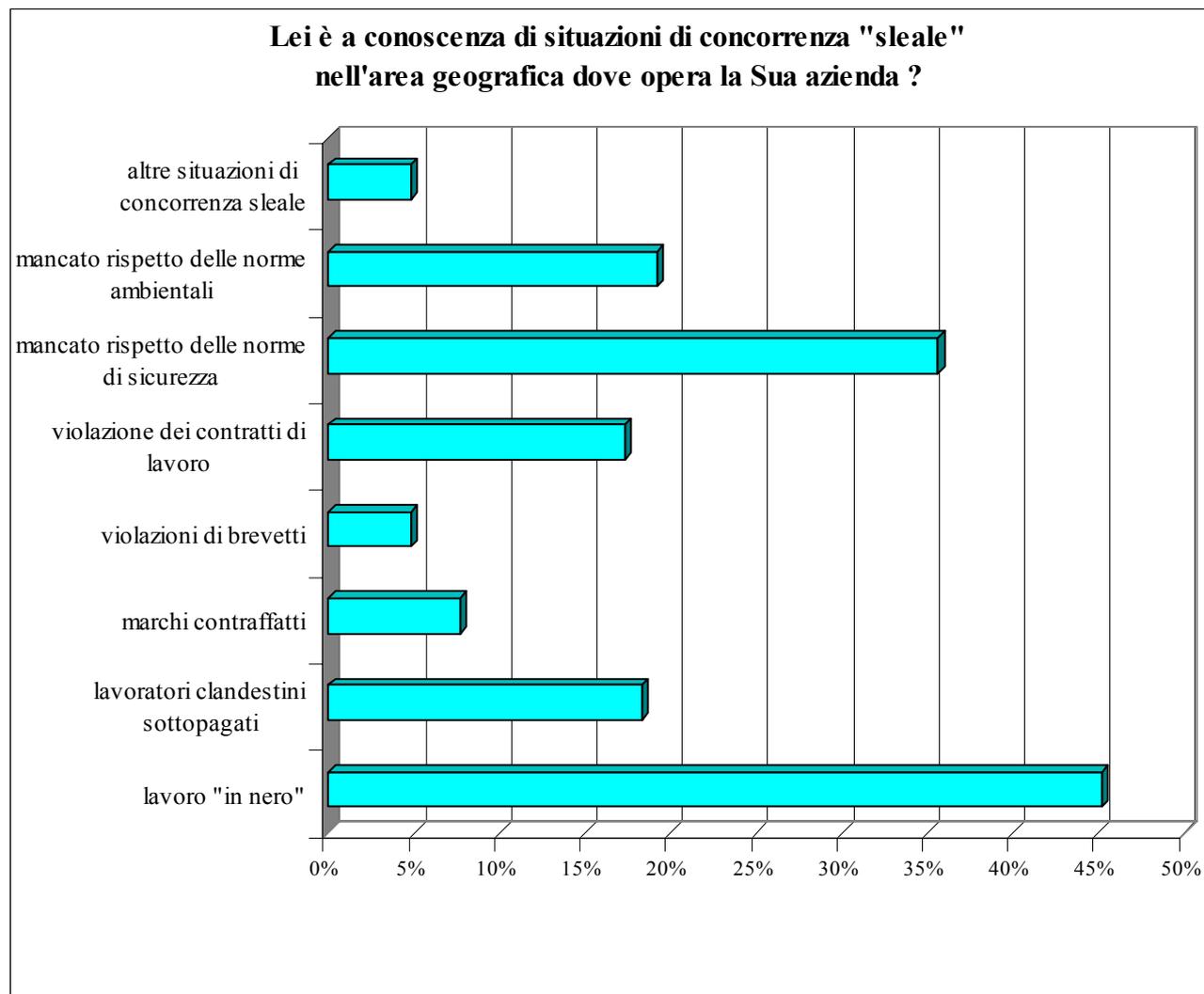
La divaricazione delle opinioni, e degli interessi, si accentua proprio presso le aziende attive sui mercati internazionali: in questo subcampione se un imprenditore su 3 circa, ritiene urgente una modifica della politica monetaria della Banca Centrale Europea, uno su 5, circa, ritiene inopportuno qualsiasi intervento.

Lei pensa sarebbe auspicabile che per fermare la rivalutazione dell'Euro su Dollaro e Yen la BCE cambiasse la propria politica dei tassi?



La concorrenza “*sleale*”

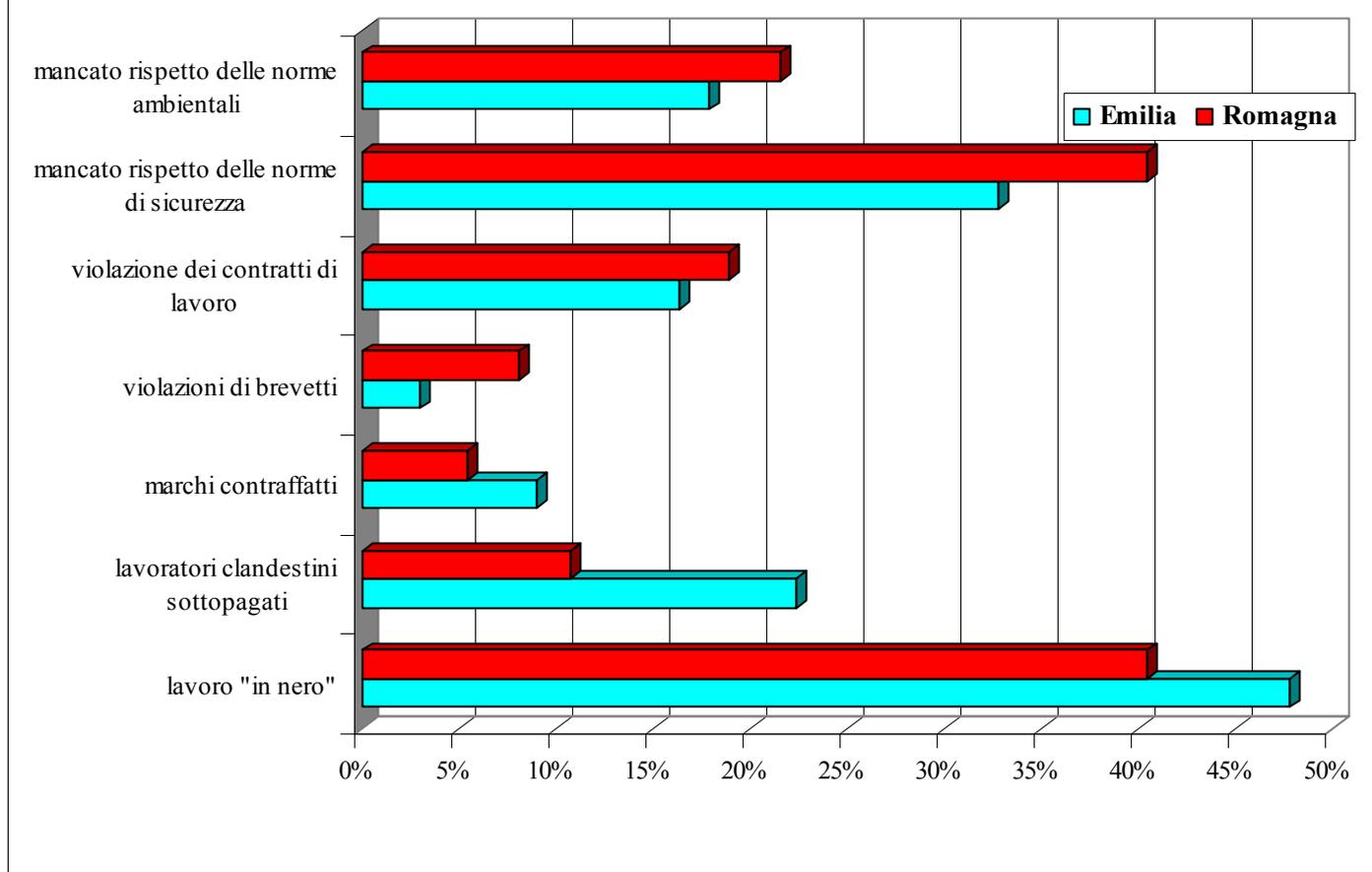
La tematica della concorrenza “*sleale*” era ripetutamente emersa, a livello spontaneo, in occasione di precedenti rilevazioni fra i fattori che penalizzavano le aziende.



La presenza di lavoro “*in nero*” è stata segnalata nell’area geografica di attività da oltre il 40% delle imprese. Il fenomeno della presenza di lavoratori clandestini sottopagati (ma anche del lavoro “*in nero*” in genere) risulta accentuato in Emilia (Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna) rispetto alla Romagna e Ferrara.

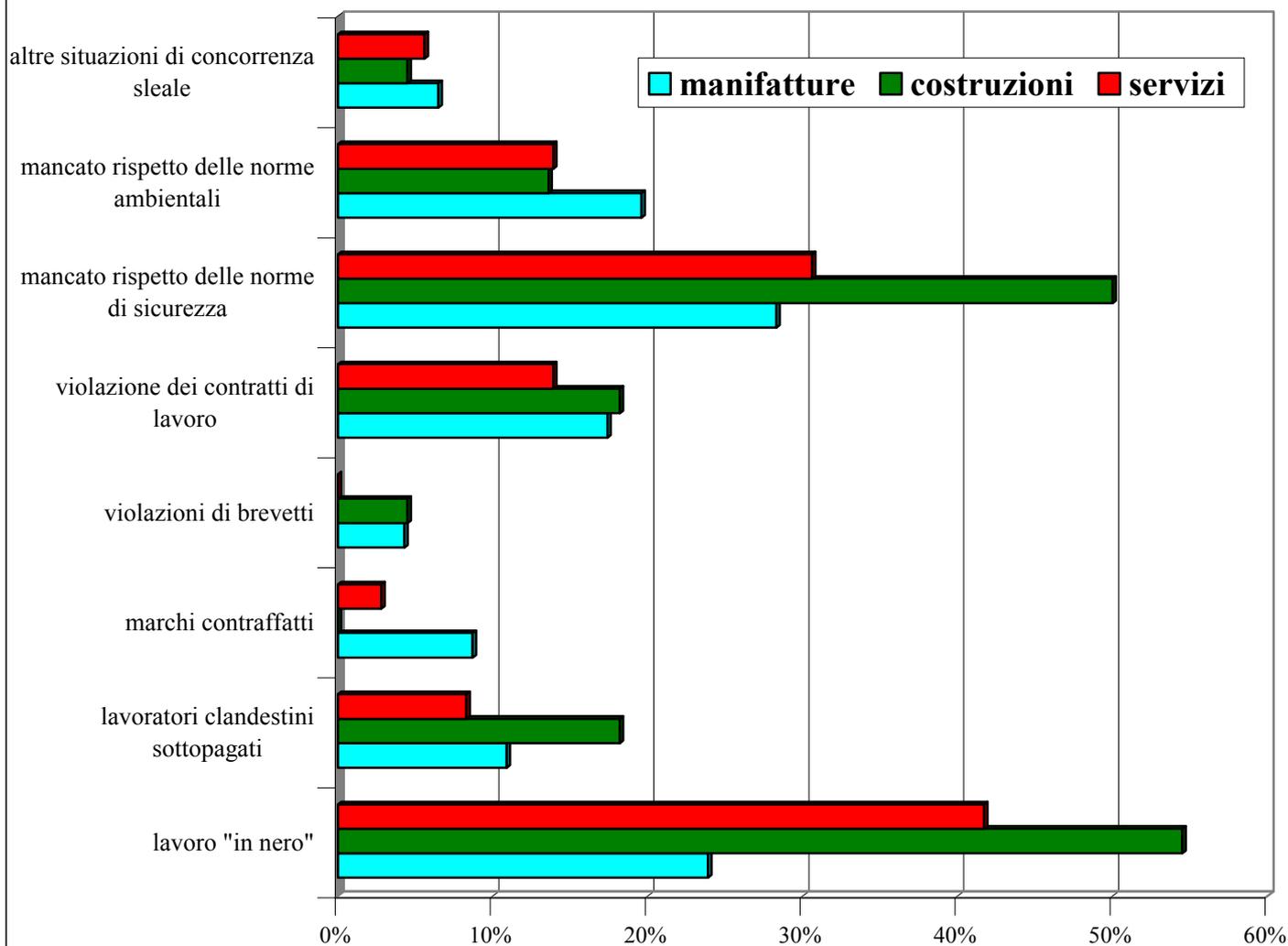
La Romagna incrementa significativamente rispetto all’Emilia, in primo luogo, il mancato rispetto delle norme di sicurezza (segnalato da oltre il 40% delle imprese romagnole vs. il 27% di quelle emiliane) e poi, la violazione dei contratti di lavoro ed il mancato rispetto delle norme ambientali.

Nell'area geografica dove opera la Sua azienda Lei è a conoscenza di situazioni di concorrenza "sleale"?



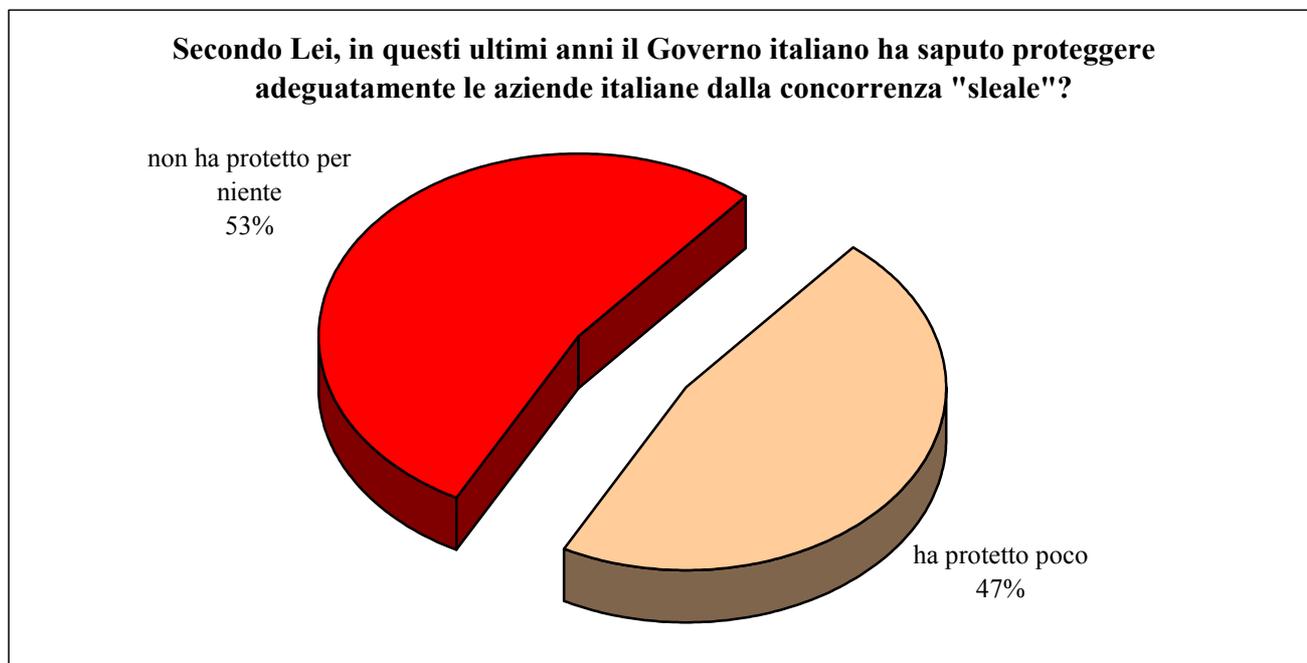
La situazione più critica corrisponde al settore dell'edilizia dove il lavoro "non ufficiale" sembra piuttosto la regola che l'eccezione; sono state segnalate situazioni di concorrenza "sleale" da parte di oltre 2 aziende del comparto delle costruzioni su 3; non solo lavoro in "nero" ma anche violazioni delle norme di sicurezza (segnalazione di quasi un'azienda su 2); un'azienda edile su 5 ha segnalato situazioni concorrenza "sleale" a causa della presenza di lavoratori clandestini sottopagati. La concorrenza "sleale" affligge in modo considerevole anche il settore dei servizi (segnalazioni provenienti da oltre la metà delle aziende), oltre che per la diffusione del lavoro "in nero" (quasi 40%), anche per la presenza di lavoratori clandestini sottopagati e del mancato rispetto delle norme di sicurezza (segnalato da più di un'azienda su 4).

Nel settore dove opera la Sua azienda Lei è a conoscenza di situazioni di concorrenza "sleale"?

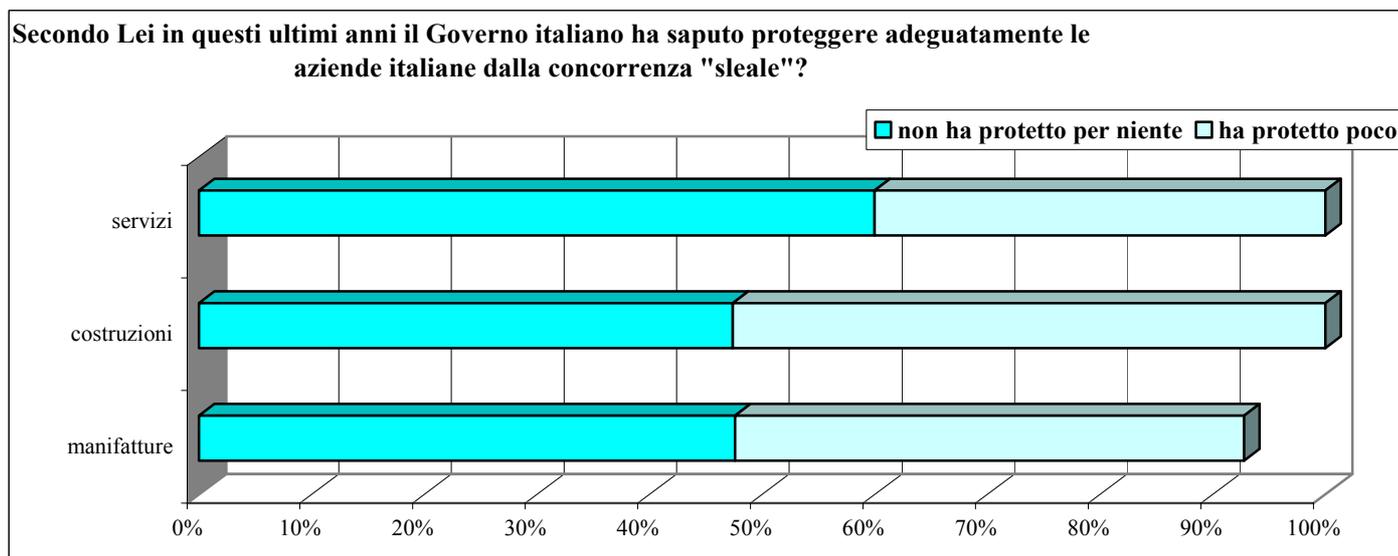


Il giudizio sull'operato del Governo contro la concorrenza *sleale*

Nella percezione generale degli imprenditori associati alla CNA, il Governo si è completamente disinteressato dei problemi delle aziende penalizzate dalla concorrenza "*sleale*", abbandonandole, in pratica, al loro destino.

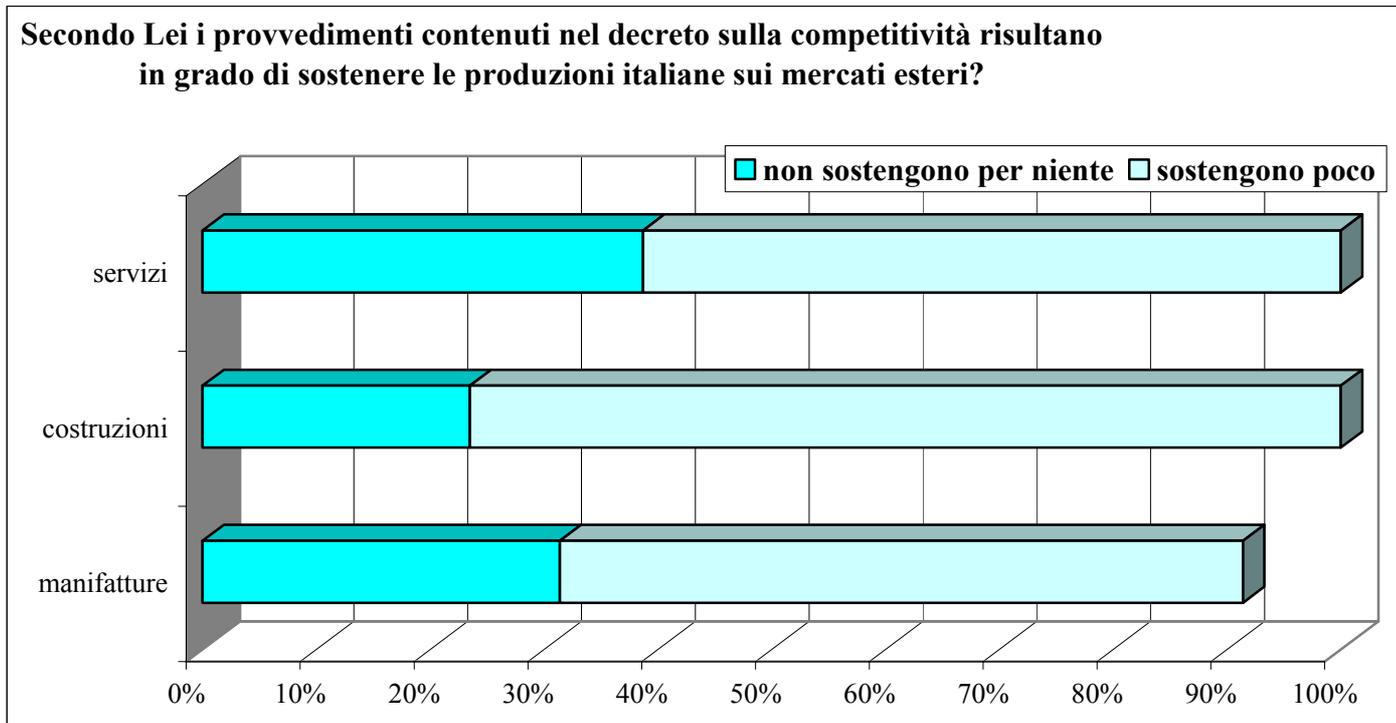
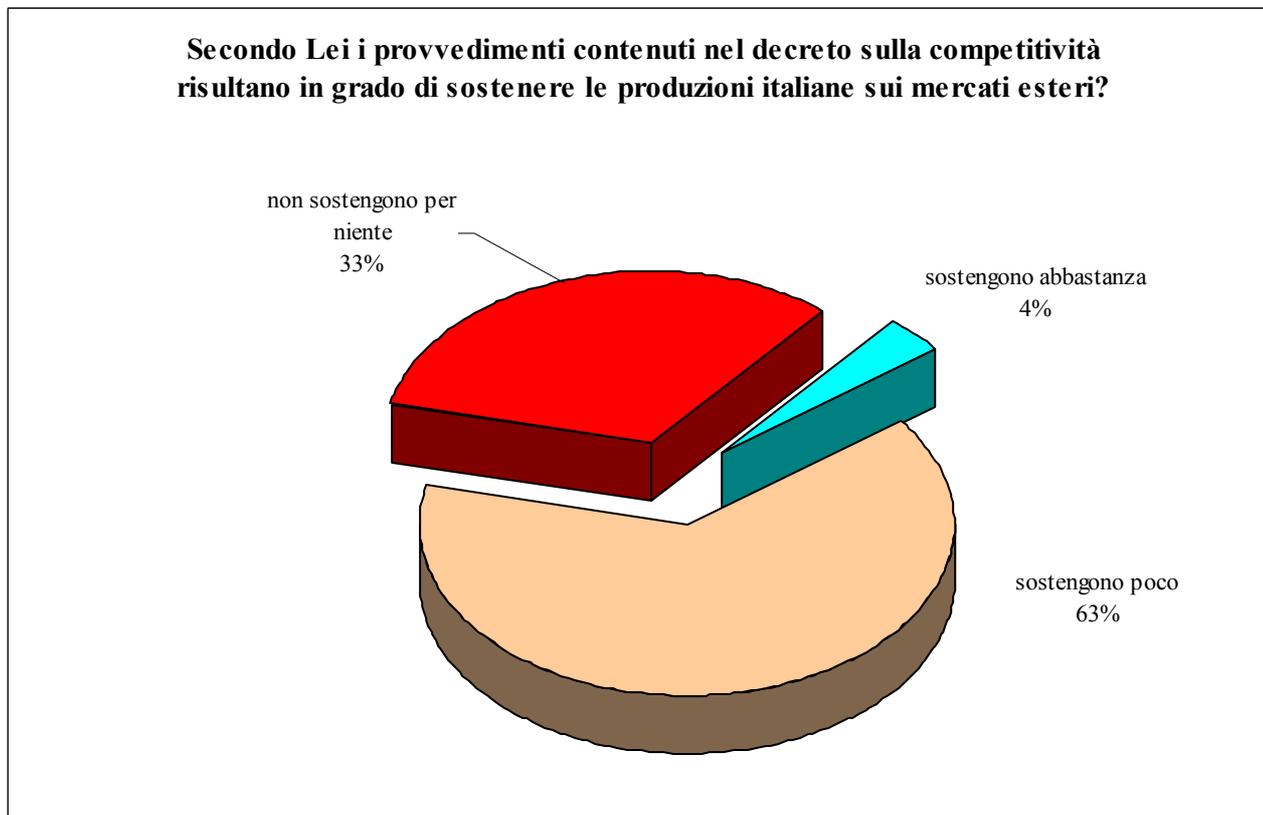


Il giudizio delle imprese di servizio è ancora più negativo.



Il decreto sulla competitività

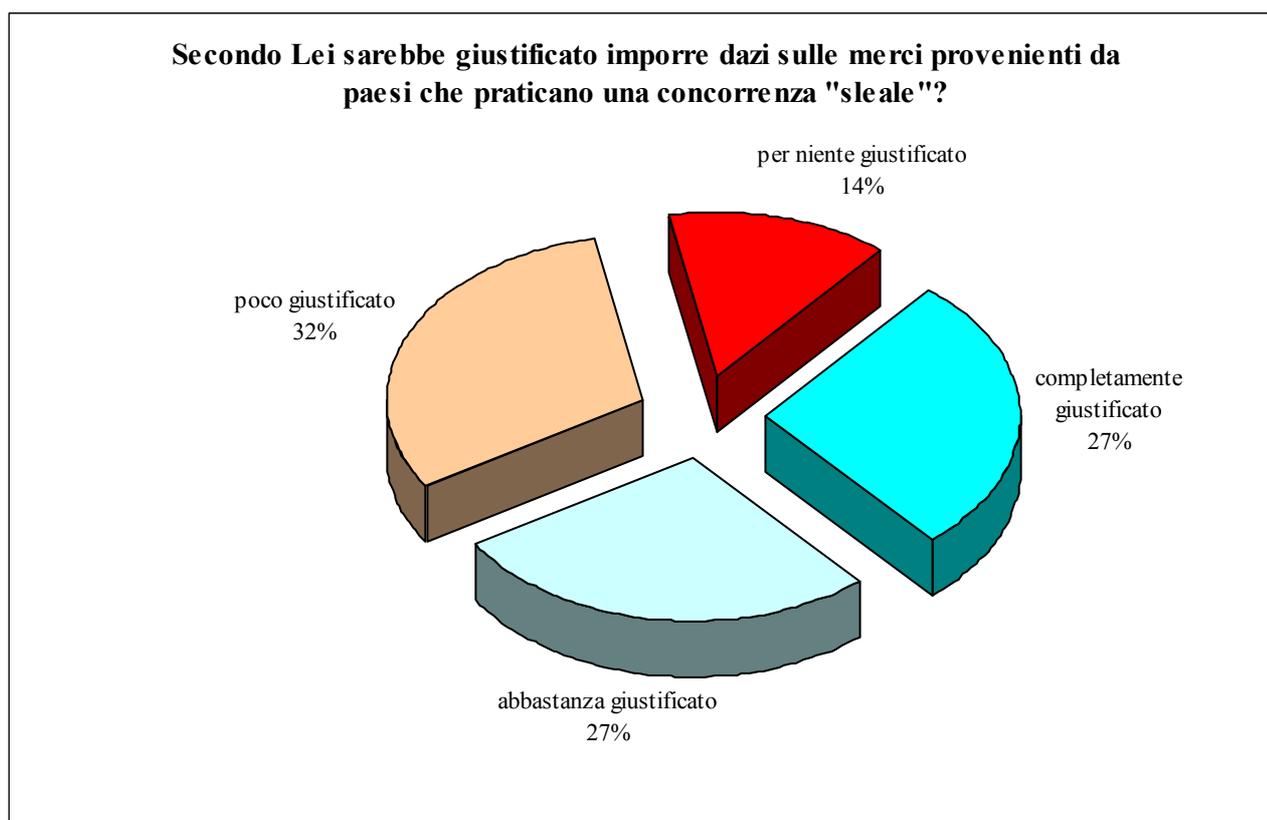
Anche per quello che riguarda l'efficacia dei provvedimenti contenuti nel decreto sulla competitività, gli imprenditori intervistati manifestano un notevole scetticismo, anche se sembra percepibile nel comparto delle manifatture un atteggiamento un poco meno critico.



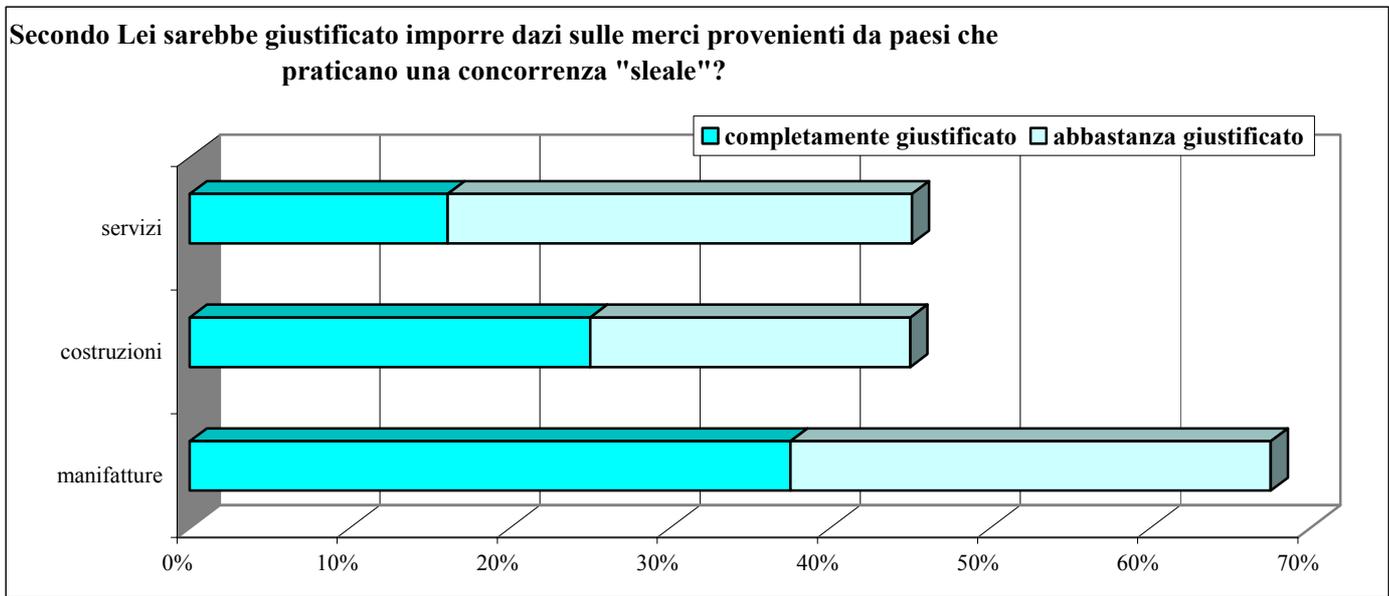
Comunque, i provvedimenti decisi dal Governo, nella percezione complessiva degli imprenditori associati alla CNA, comporteranno, nella migliore delle ipotesi, benefici marginali.

L'imposizione di dazi contro il dumping sociale ed ambientale

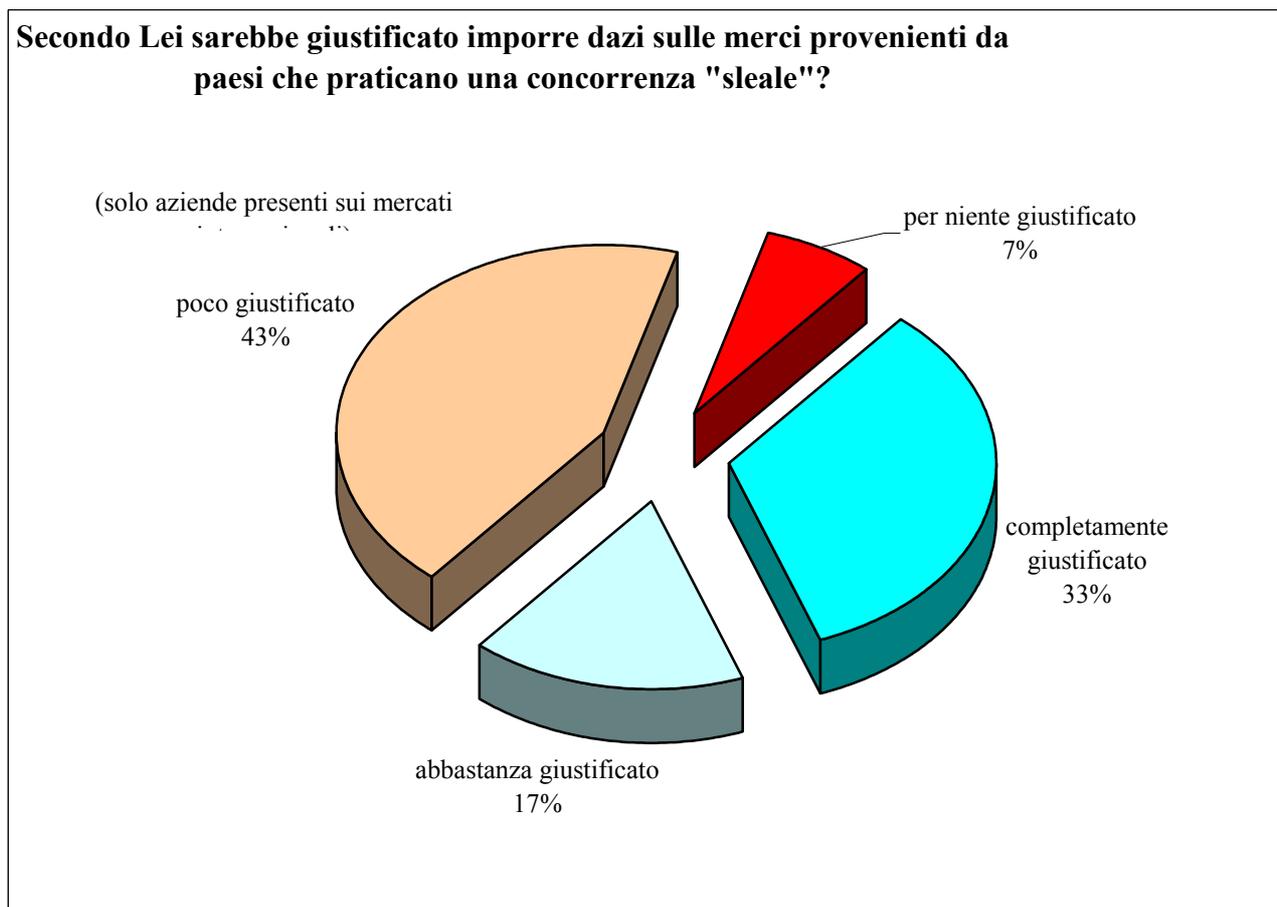
La richiesta di opporsi con l'imposizione di dazi ai prodotti provenienti da paesi che praticano la concorrenza "sleale" proviene, in primo luogo, dalle aziende del comparto manifatturiero (4 su 5).



L'atteggiamento delle aziende del comparto dei servizi è più contrastato ed evidenzia delle aree di resistenza.

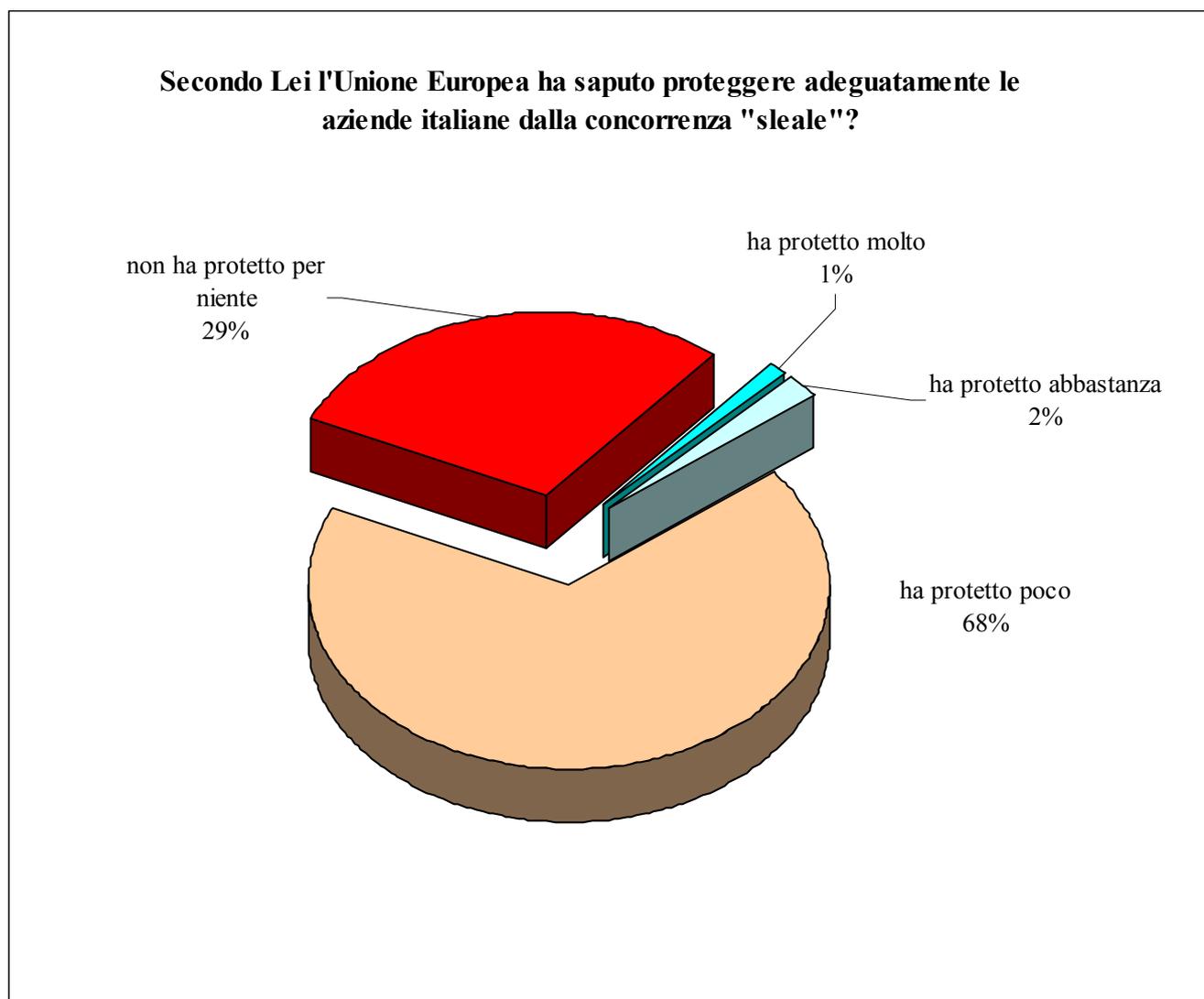


La divaricazione fra le aziende nella richiesta dell'imposizione di dazi, si approfondisce nel subcampione delle imprese attive sui mercati internazionali; un'azienda su 3 ritiene comunque assolutamente giustificata l'imposizione di dazi sulle merci provenienti dai paesi che praticano la concorrenza "sleale".

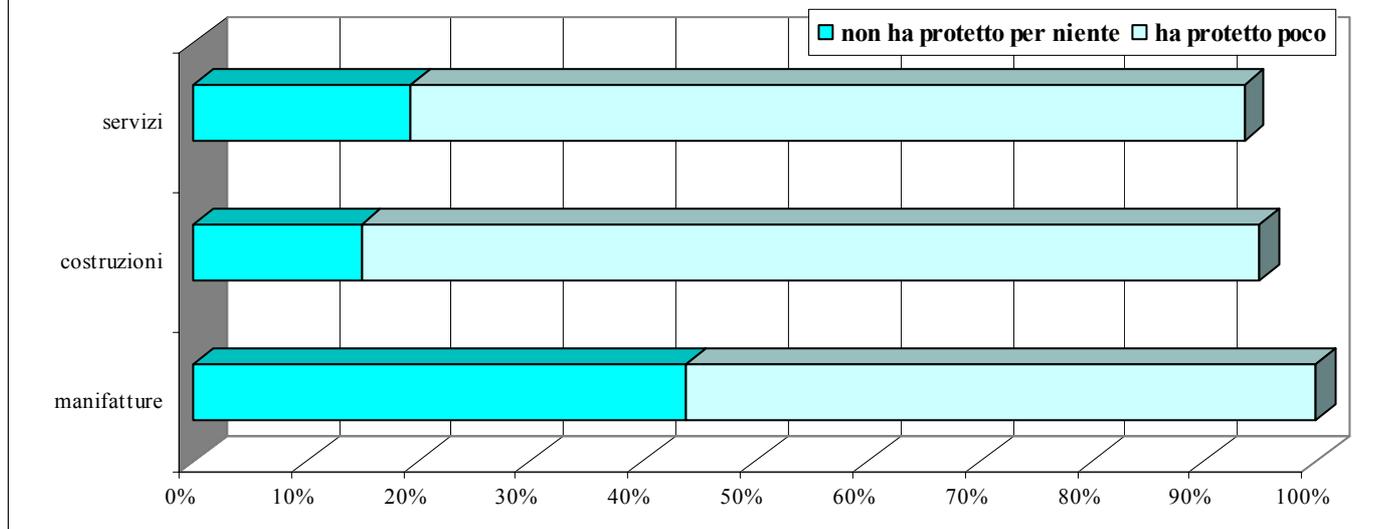


Il giudizio sull'operato dell'Unione Europea contro la concorrenza sleale

Nonostante la diffusa approvazione per i dazi anti-dumping sociale ed ambientale imposti ai prodotti tessili artificiali provenienti dalla Cina, il giudizio degli imprenditori associati alla CNA sull'operato dell'Unione Europea non è molto diverso da quello espresso a proposito dell'operato del governo italiano; nella percezione degli imprenditori anche l'Unione Europea ha preferito per molto tempo, mentre le imprese italiane subivano l'aggressione di una concorrenza non sottoposta a regole, far da spettatore piuttosto che da arbitro.

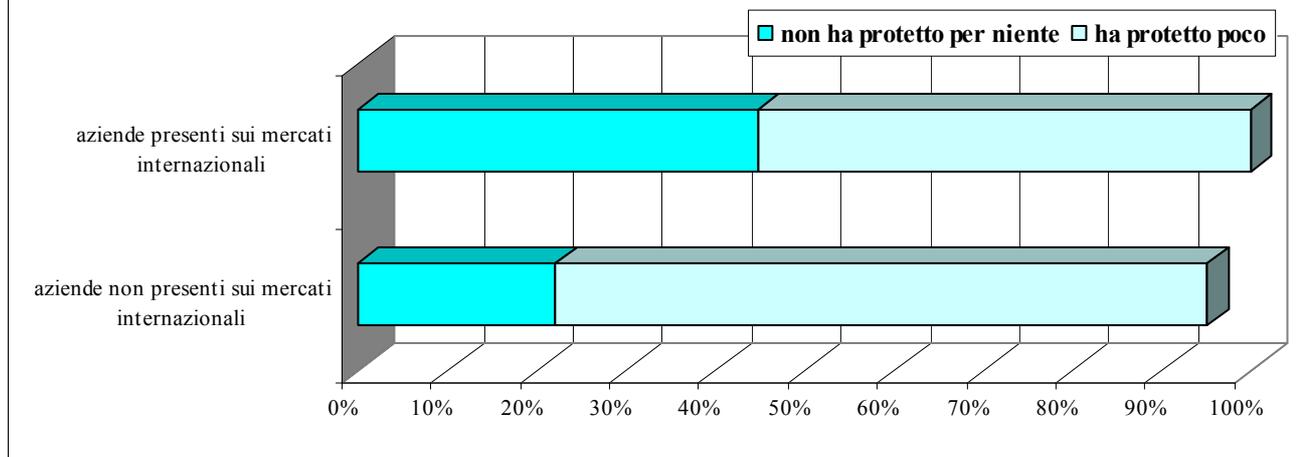


Secondo Lei l'Unione Europea ha saputo proteggere adeguatamente le aziende italiane dalla concorrenza "sleale"?



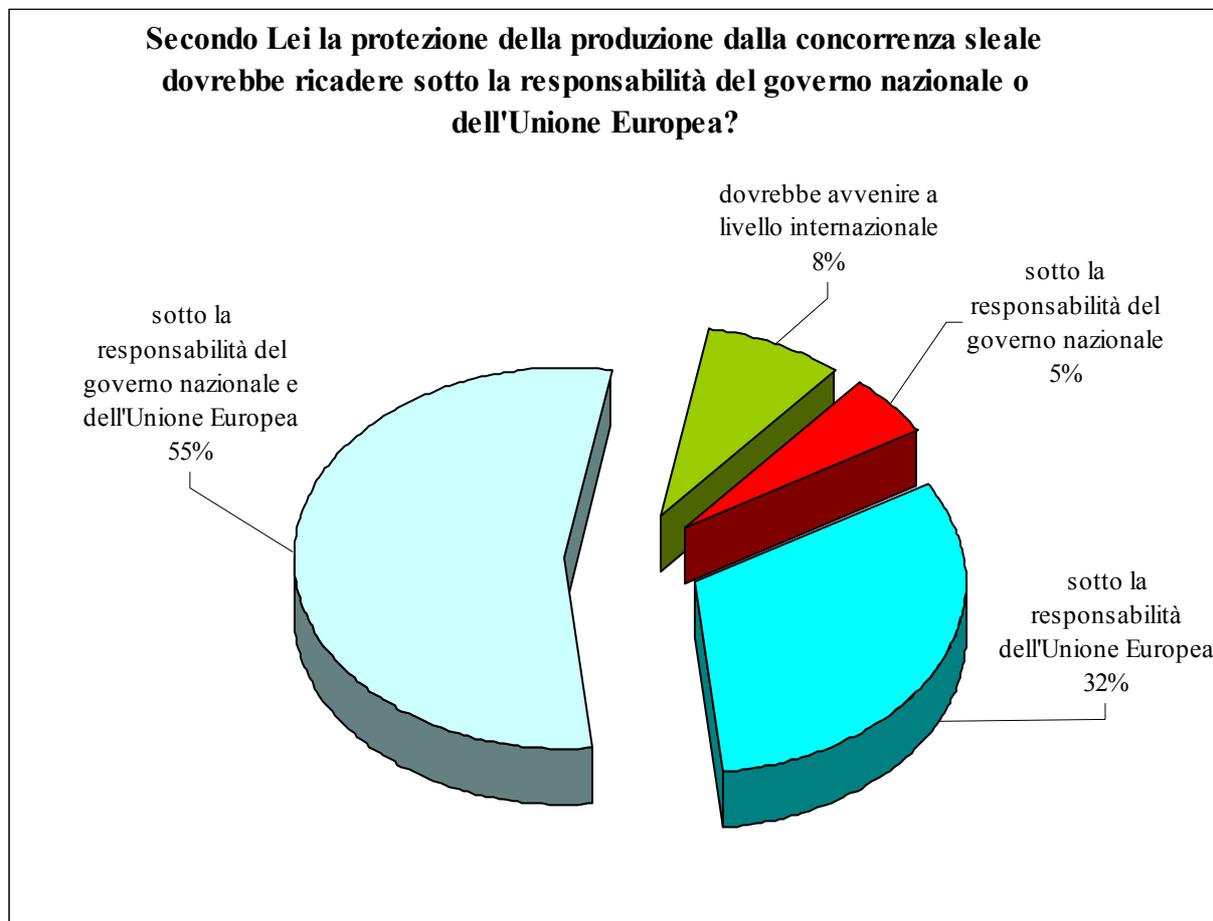
Se l'Unione Europea dispone dell'autorità e degli strumenti per intervenire a tutela delle imprese che rispettano le norme che la stessa Unione Europea adotta ed impone, difetta pesantemente, invece, sul piano dei tempi, almeno per le urgenze delle imprese. Non ci sono sostanziali differenze nell'opinione delle imprese impegnate sui mercati internazionali rispetto a quelle che non lo sono; soltanto una diversa intensità di critica.

Secondo Lei l'Unione Europea ha saputo proteggere adeguatamente le aziende italiane dalla concorrenza "sleale"?



La competenza in materia di concorrenza sleale

Nell'opinione prevalente degli imprenditori intervistati sia l'Unione Europea che il Governo italiano dovrebbero assumersi la responsabilità della protezione della produzione nazionale dalla concorrenza "sleale"; un imprenditore su 3 preferirebbe la competenza esclusiva dell'Unione Europea.



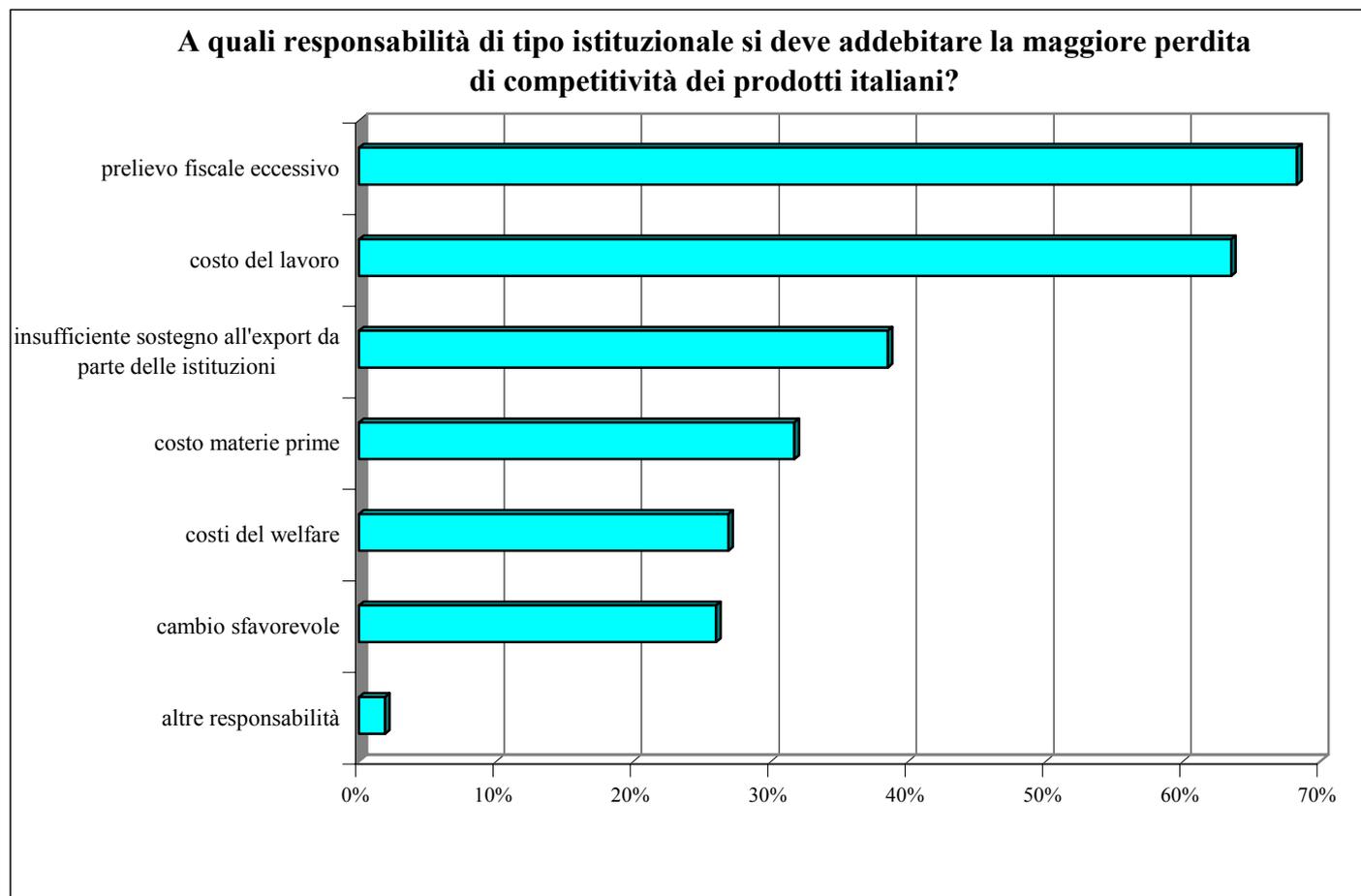
Fra le aziende manifatturiere, si avverte l'esigenza di una competenza sovranazionale che vada anche al di là dell'ambito europeo. Risultano ridotti al minimo, invece i sostenitori dell'esclusiva competenza nazionale.

Incrocio fra Secondo Lei la protezione della produzione dalla concorrenza sleale dovrebbe ricadere sotto la responsabilità del governo nazionale o dell'Unione Europea? & Aggregazione

		manifatture	costruzioni	servizi
Totale	104	46	22	36
(% verticali)	100.0	100.0	100.0	100.0
sotto la responsabilità del governo nazionale	4.8	0.0	9.1	8.3
sotto la responsabilità dell'Unione Europea	29.8	30.4	31.8	27.8
sotto la responsabilità di entrambi	51.0	50.0	50.0	52.8
dovrebbe avvenire a livello internazionale	7.7	13.0	4.5	2.8
non sa rispondere	6.7	6.5	4.5	8.3

Perdita di competitività della produzione italiana: le responsabilità istituzionali

All'origine della perdita di competitività dei prodotti italiani, nella percezione degli imprenditori associati alla CNA stanno, a parte la concorrenza "sleale" dei paesi in via di sviluppo, essenzialmente 2 fattori critici: il livello eccessivo del prelievo fiscale e del costo del lavoro (più di 2 imprenditori su 3).



Da parte delle aziende del comparto manifatturiero (a conferma di quanto già emerso) si sottolinea il ruolo del rapporto di cambio sfavorevole.

Incrocio fra A quali responsabilità di tipo istituzionale si deve addebitare la maggiore perdita di competitività dei prodotti italiani? & Aggregazione				
		<i>manifatture</i>	<i>costruzioni</i>	<i>servizi</i>
Base	104	46	22	36
(% verticali)	100.0	100.0	100.0	100.0
<i>prelievo fiscale eccessivo</i>	68.3	71.7	68.2	63.9
<i>costi del welfare</i>	26.9	28.3	18.2	30.6
<i>costo del lavoro</i>	63.5	67.4	54.5	63.9
<i>costo materie prime</i>	31.7	28.3	36.4	33.3
<i>cambio sfavorevole</i>	26.0	34.8	31.8	11.1
<i>insufficiente sostegno all'export da parte delle istituzioni</i>	38.5	45.7	18.2	41.7
<i>altre responsabilità</i>	1.9	2.2	0.0	2.8
<i>non sa rispondere</i>	4.8	4.3	4.5	5.6

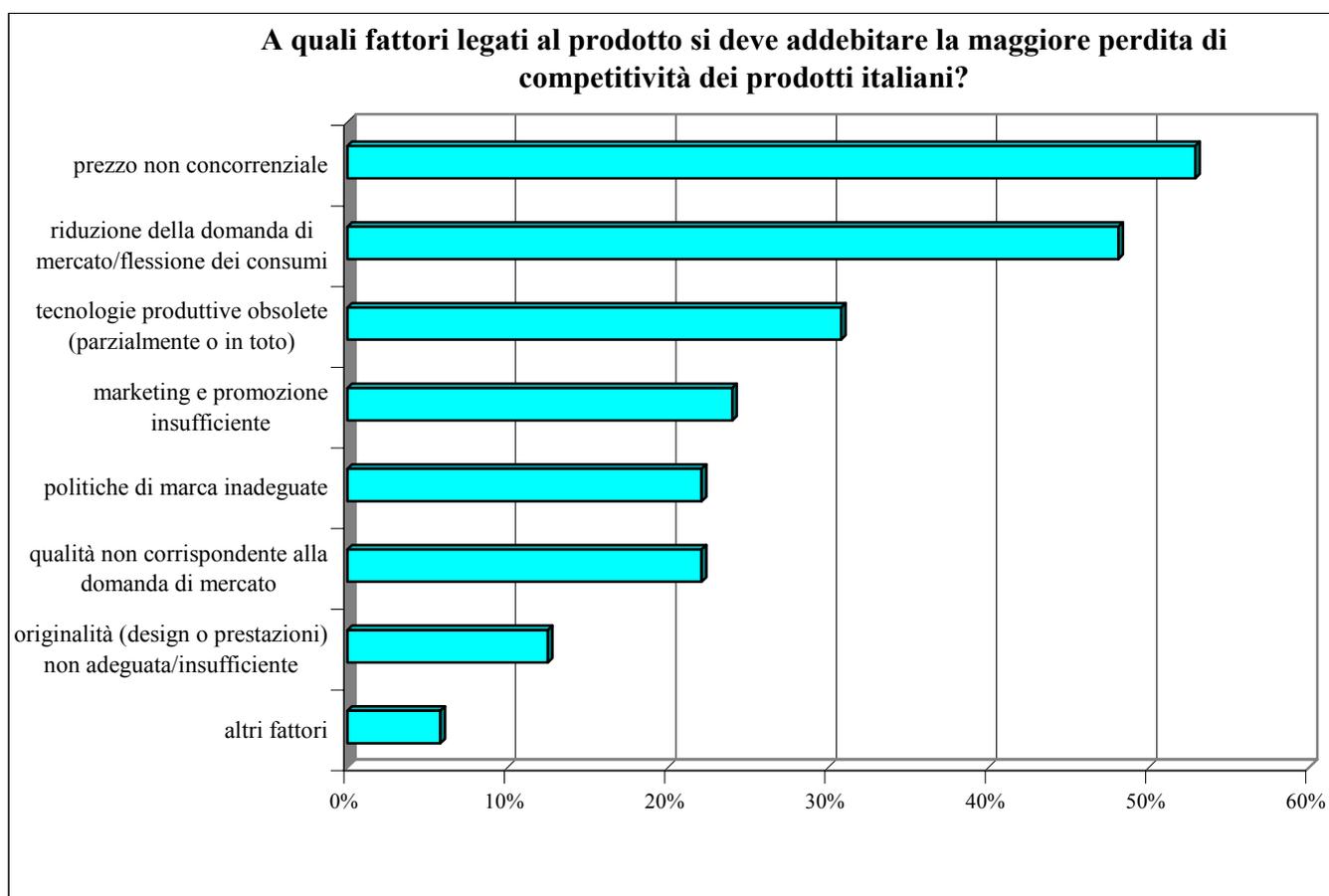
Le aziende impegnate sui mercati internazionali, non soltanto accentuano il ruolo del prelievo fiscale e del costo del lavoro, ma convergono sulla tematica dell'insufficienza del sostegno all'export (oltre che del rapporto di cambio sfavorevole). Due temi su quali il Governo poteva e doveva intervenire.

Incrocio fra A quali responsabilità di tipo istituzionale si deve addebitare la maggiore perdita di competitività dei prodotti italiani? & Presenza sui mercati internazionali

		non è presente sui mercati internazionali	è presente sui mercati internazionali
Base	104	73	31
(% verticali)	100.0	100.0	100.0
<i>prelievo fiscale eccessivo</i>	68.3	65.8	74.2
<i>costi del welfare</i>	26.9	30.1	19.4
<i>costo del lavoro</i>	63.5	57.5	77.4
<i>costo materie prime</i>	31.7	31.5	32.3
<i>cambio sfavorevole</i>	26.0	21.9	35.5
<i>insufficiente sostegno all'export da parte delle istituzioni</i>	38.5	31.5	54.8
<i>altre responsabilità</i>	1.9	1.4	3.2
<i>non sa rispondere</i>	4.8	5.5	3.2

Perdita di competitività della produzione italiana: i fattori legati al prodotto

Per quello che riguarda invece il ruolo dei fattori legati al prodotto nella maggiore perdita di competitività delle produzioni italiane rispetto agli altri grandi paesi europei, si registra una minore univocità di interpretazione.



Predomina in assoluto il prezzo non concorrenziale (in conseguenza dei fattori di tipo istituzionale già analizzati: livello dell'imposizione fiscale e costo del lavoro) sul quale converge l'opinione di 2 imprenditori su 3 del comparto delle manifatture.

L'altro principale fattore è rappresentato dall'atteggiamento rinunciatario nei confronti dei consumi, dalla flessione della domanda di mercato.

Fra le aziende di servizi assume un peso maggiore l'insufficienza dell'azione di marketing e delle politiche di branding.

Incrocio fra A quali fattori legati al prodotto si deve addebitare la maggiore perdita di competitività dei prodotti italiani? & Aggregazione				
		<i>manifatture</i>	<i>costruzioni</i>	<i>servizi</i>
Base	104	46	22	36
(% verticali)	100.0	100.0	100.0	100.0
<i>originalità (design o prestazioni) non adeguata/insufficiente</i>	12.5	10.9	18.2	11.1
<i>qualità non corrispondente alla domanda di mercato</i>	22.1	8.7	50.0	22.2
<i>prezzo non concorrenziale</i>	52.9	63.0	40.9	47.2
<i>marketing e promozione insufficiente</i>	24.0	17.4	18.2	36.1
<i>tecnologie produttive obsolete (parzialmente o in toto)</i>	30.8	28.3	31.8	33.3
<i>politiche di marca inadeguate</i>	22.1	21.7	13.6	27.8
<i>riduzione della domanda di mercato/flessione dei consumi</i>	48.1	47.8	54.5	44.4
<i>altri fattori</i>	5.8	8.7	0.0	5.6
<i>non sa rispondere</i>	9.6	10.9	9.1	8.3

Gli imprenditori delle aziende impegnate sui mercati internazionali concentrano le loro indicazioni sul prezzo non concorrenziale dei prodotti italiani (più di 2 imprenditori su 3); solo uno su 4 ha fatto riferimento all'inadeguatezza delle politiche di marca.

Incrocio fra A quali fattori legati al prodotto si deve addebitare la maggiore perdita di competitività dei prodotti italiani? & Presenza sui mercati internazionali			
		<i>non è presente sui mercati internazionali</i>	<i>è presente sui mercati internazionali</i>
Base	104	73	31
(% verticali)	100.0	100.0	100.0
<i>originalità (design o prestazioni) non adeguata/insufficiente</i>	12.5	12.3	12.9
<i>qualità non corrispondente alla domanda di mercato</i>	22.1	27.4	9.7
<i>prezzo non concorrenziale</i>	52.9	46.6	67.7
<i>marketing e promozione insufficiente</i>	24.0	24.7	22.6
<i>tecnologie produttive obsolete (parzialmente o in toto)</i>	30.8	30.1	32.3
<i>politiche di marca inadeguate</i>	22.1	20.5	25.8
<i>riduzione della domanda di mercato/flessione dei consumi</i>	48.1	47.9	48.4
<i>altri fattori</i>	5.8	5.5	6.5
<i>non sa rispondere</i>	9.6	11.0	6.5

Sono state, inoltre, rivolte (a livello spontaneo) all'Unione Europea una serie di critiche per le normative inadeguate alla specifica realtà produttiva italiana: *“responsabilità della politica economica dell'Unione Europea che assimila la piccola impresa (tipicità solo italiana) alla regolamentazione della maggior parte delle imprese UE (che sono realtà occupazionali e produttive di dimensione maggiore)”*, *“alle aziende medio-piccole vengono applicate normative con lo stesso metro usato per la grande industria con conseguenti pesi ed aggravii insopportabili”*, *“la tipologia aziendale italiana è unica la mondo ed anche alcune logiche europee ci danneggiano!”*.

Il punto dolente sembra rappresentato dalla rigidità che si vuole imporre ad un sistema produttivo che proprio dalla sua flessibilità ricava il principale sostegno, la capacità ad adattarsi, e creare occupazione, anche nei contesti più ardui.

Allegati:
il questionario



Concorrenza sleale e competitività, è allarme Cina per il Made in Italy
Target d'indagine: panel associati CNA

I prodotti italiani stanno perdendo il loro appeal e sui mercati esteri risultano essere meno competitivi. Da più parti si ritiene che la causa sia da ricercare nella concorrenza sempre più agguerrita da parte di paesi emergenti (Cina in testa ma non solo) che soprattutto su nicchie di mercato medio-basse immettono prodotti appetibili per il consumatore finale da un punto di vista qualità-prezzo

La Sua azienda ha risentito dell'eccessivo apprezzamento dell'Euro? Quanto viene penalizzata la Sua azienda dall'attuale rapporto di cambio tra Dollaro, Euro e Yen?

- | | |
|---|-----|
| molto penalizzata | [1] |
| abbastanza penalizzata | [2] |
| poco penalizzata | [3] |
| per nulla penalizzata | [4] |
| le variazioni del rapporto di cambio non influiscono sulla mia attività | [5] |

Lei pensa sarebbe auspicabile che, per fermare la rivalutazione dell'Euro su Dollaro e Yen, la Banca Europea (BCE) cambiasse la propria politica dei tassi?

- | | |
|------------------------|-----|
| molto auspicabile | [1] |
| abbastanza auspicabile | [2] |
| poco auspicabile | [3] |
| per niente auspicabile | [4] |
| Non so | [5] |

Nell'area geografica dove opera la Sua azienda Lei è a conoscenza di situazioni di concorrenza "sleale"?

Nel settore dove opera la Sua azienda Lei è a conoscenza di situazioni di concorrenza "sleale"? Di quali di queste situazioni è a conoscenza?

- | | nell'area geografica | nel suo settore |
|---|----------------------|---------------------|
| lavoro "in nero" | [1] | [1] |
| lavoratori clandestini sottopagati | [2] | [2] |
| marchi contraffatti | [3] | [3] |
| violazioni di brevetti | [4] | [4] |
| violazione dei contratti di lavoro | [5] | [5] |
| mancato rispetto delle norme di sicurezza | [6] | [6] |
| mancato rispetto delle norme ambientali | [7] | [7] |
| altre situazioni di concorrenza sleale | [8] | [8] ← {specificare} |

Secondo Lei in questi ultimi anni il Governo italiano ha saputo proteggere adeguatamente le aziende italiane dalla concorrenza "sleale"?

- | | |
|----------------------------|-----|
| ha protetto molto | [1] |
| ha protetto abbastanza | [2] |
| ha protetto poco | [3] |
| non ha protetto per niente | [4] |
| non so | [5] |



Secondo Lei, i provvedimenti contenuti nel decreto sulla competitività approvato dal Consiglio dei Ministri nelle scorse settimane, risultano in grado di sostenere le produzioni italiane sui mercati esteri?

sostengono molto	[1]
sostengono abbastanza	[2]
sostengono poco	[3]
non sostengono per niente	[4]
non so	[5]

Secondo Lei, per rallentare le importazioni ed aumentare le nostre esportazioni sarebbe giustificato, come alcuni propongono, e come ha fatto recentemente la UE sui prodotti tessili artificiali provenienti dalla Cina, imporre dazi anti-dumping sociale ed ambientale sulle merci provenienti da paesi che praticano una concorrenza “sleale”?

completamente giustificato	[1]
abbastanza giustificato	[2]
poco giustificato	[3]
per niente giustificato	[4]
non so	[5]

Secondo Lei, l'Unione Europea ha saputo proteggere adeguatamente le aziende italiane dalla concorrenza “sleale”?

ha protetto molto	[1]
ha protetto abbastanza	[2]
ha protetto poco	[3]
non ha protetto per niente	[4]
non so	[5]

Secondo Lei, la protezione della produzione dalla concorrenza sleale dovrebbe ricadere sotto la responsabilità del governo nazionale o dell'Unione Europea?

sotto la responsabilità del governo nazionale	[1]
sotto la responsabilità dell'Unione Europea	[2]
sotto la responsabilità di entrambi	[3]
dovrebbe avvenire a livello internazionale	[4]
non so	[5]

Secondo la Banca d'Italia dal 2000 ad oggi, solo sulla base del costo del lavoro per unità di prodotto, il sistema Italia ha perso oltre il 25% di competitività; Francia e Germania, nello stesso periodo di tempo avrebbero perso invece meno del 10%; secondo Lei, a quali fattori si deve addebitare questa maggiore perdita di competitività dei prodotti italiani?

Aspetti economici

Prelievo fiscale eccessivo	[1]
Costi del welfare	[2]
costo del lavoro	[3]
costo materie prime	[4]
cambio sfavorevole	[5]
insufficiente sostegno all'export	[6]
da parte delle istituzioni	[6]

può dare tutte la risposte che ritiene opportune

Aspetti associati al mix di prodotto

Originalità (design o prestazioni) non adeguata/insufficiente	[1]
qualità non corrispondente alla domanda di mercato	[2]
prezzo non concorrenziale	[3] <u>può dare tutte la risposte che ritiene</u>
Marketing e promozione insufficiente	[4] <u>opportune</u>
Tecnologie produttive obsolete (parzialmente o in toto)	[5]
politiche di marca inadeguate	[6]
riduzione della domanda di mercato/flessione dei consumi	7]

altri eventuali fattori

.....

.....

Grazie per la collaborazione

Freni Ricerche Sociali e di Marketing tutela tutte le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste nel rispetto del DLGS n.196/2003, utilizzandoli solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti.

Tutte le informazioni personali che l'intervistato ci ha fornito verranno trattate, con mezzi automatizzati o meno, in forma assolutamente anonima e verranno impiegate soltanto ai fini della presente ricerca di mercato.

Responsabile del trattamento dei dati che La riguardano è il **Dott. Vincenzo Freni**.

L'intervistato gode dei diritti che il DLGS n.196/2003 Art. 8 gli riconosce, fra cui:

- a) ottenere la conferma dell'eventuale esistenza in Istituto dei dati personali che La riguardano e riceverne comunicazione in forma intelligibile;
- b) ottenere conoscenza della loro origine e delle finalità alle quali è rivolto il loro trattamento;
- c) ottenere la cancellazione, la trasformazione in forma anonima, il blocco, l'aggiornamento, la rettifica o l'integrazione delle informazioni personali che La riguardano;
- d) opporsi la trattamento delle informazioni personali che La riguardano.

Scrivendo o semplicemente telefonando a Freni Ricerche Sociali e di Marketing Via della Villa Demidoff, 27 - 50127 Firenze

Tel. 055-350773 Fax 055 351 534 E-mail: frenimkt@frenimkt.com

Nome e Cognome dell'intervistato/a

Denominazione e indirizzo dell'impresa:.....

Telefono **Fax** **Data intervista**

