

NOTA INFORMATIVA

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

Titolo del sondaggio: "Check-up di diritti"

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: IPSOS Srl

Soggetto committente: ACU, Altroconsumo

Soggetto acquirente: ACU, Altroconsumo

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: 24-29 marzo 2011

Mezzo/Mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web*). Risultati pubblicati sul sito di ACU.

Data di pubblicazione o diffusione: 27 maggio 2011

Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (*economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*): società

Popolazione di riferimento: popolazione italiana 16 anni e più (fonte: annuario ISTAT 2010)

Estensione territoriale del sondaggio: estensione nazionale.

Metodo di campionamento (*inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione*): campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento stratificato per quote di genere per età per area geografica, titolo di studio. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting) per le variabili di genere per età per area geografica, titolo di studio.

Rappresentatività del campione e margine di errore: il livello di rappresentatività del campione è del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 1,0% e +/- 4,9% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (400 casi).

Metodo di raccolta alle informazioni: sondaggio di opinione tramite interviste telefoniche assistite da computer (CATI)

Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:

Interviste complete	400	9.2%
Rifiuti	3494	80.8%
Sostituzioni	433	10.0%
Totale contatti effettuati	4327	100%

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it

In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni. Ipsos non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza

Testo integrale di tutte le domande:

SC1. Pensi ora alle pubblicità in generale, quindi a quelle che vede in TV, sui giornali, sui manifesti per strada.. Direbbe che di solito... (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Le guarda, le ascolta, in fondo si può sempre trovare qualcosa di interessante
 2. Guarda o ascolta solo quelle sui prodotti o servizi che le interessano
 3. Guarda o ascolta quelle originali, divertenti, anche se non le interessa il prodotto
 4. Cerca di non guardarle mai, cambia subito canale, pagina, stazione radio.
- NS non sa (non leggere)

SC2. E rispetto alle altre attività promozionali utilizzate dalle aziende per promuovere i propri prodotti o servizi, come ad esempio la distribuzione di volantini la presenza di stand nelle zone pedonali , le telefonate o le visite dirette presso l'abitazione delle persone. Lei, in generale, direbbe che...? (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Vi presta attenzione: in fondo si può sempre trovare una buona offerta
 2. Vi presta attenzione soltanto se si tratta di un prodotto o servizio che aveva programmato di acquistare
 3. Non vi presta attenzione ma non la disturbano particolarmente
 4. Rifiuta completamente queste attività perché la disturbano fortemente
- NS non sa (non leggere)

SC3. Le leggo ora alcuni settori merceologici... Secondo lei... (LEGGERE i settori e le risposte)

- Qual è il settore in cui la pubblicità informa di più sul prodotto e sulle sue caratteristiche
- Qual è il settore in cui sono maggiormente presenti le pubblicità che promettono cose che non mantengono
- Qual è il settore in cui la pubblicità è meno utile per fare le proprie scelte di acquisto
- Qual è il settore in cui la pubblicità induce maggiormente a consumare più del necessario

1. Alimentari
2. Cosmesi/ prodotti per la cura del corpo
3. Prodotti bancari/ Assicurativi
4. Telefonia
5. Energia (luce, gas)
6. Autoveicoli/motoveicoli
7. (nessuno di questi – NON LEGGERE)
8. (non sa – NON LEGGERE)

SC4. Le è mai capitato di sporgere reclamo nei confronti di una ditta per una pratica commerciale scorretta nei suoi confronti? (indicare una sola risposta)

1. Sì
2. No

(se sì, cod.1 a SC4)

SC5. A chi si è rivolto in questo caso in via prioritaria? (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. direttamente alla ditta venditrice
2. ad una associazione di consumatori
3. all'Autorità garante della concorrenza e del mercato
4. alla giustizia ordinaria

(se no, cod.2 a SC4)

SC6. Ipotizziamo che lei volesse sporgere un reclamo nei confronti di una ditta che ha esercitato una pratica commerciale scorretta nei suoi confronti. In questa particolare situazione a chi si rivolgerebbe in via prioritaria? (LEGGERE - indicare una sola risposta)

1. direttamente alla ditta venditrice
 2. ad una associazione di consumatori
 3. all'Autorità garante della concorrenza e del mercato
 4. alla giustizia ordinaria
 5. a nessuno in quanto il consumatore non è tutelato a nessun livello
- NS Non sa (NON LEGGERE)

(A tutti)

SC7. Parliamo ora di pubblicità ingannevole, quale dei seguenti soggetti o organizzazioni secondo Lei, può essere più di aiuto per difendere il consumatore dalle pubblicità ingannevoli? (LEGGERE i soggetti – risposta singola)

1. Le Authorities, ad esempio l'Antitrust o le Autorità delle Comunicazioni
2. Le Associazioni di Consumatori
3. Mister Prezzi
4. I giornalisti, i media, alcune trasmissioni televisive
5. La Guardia di Finanza
6. I Nas – Nuclei Antisofisticazioni dei carabinieri
7. Alcune figure professionali come medici, avvocati e giudici
8. Il mondo politico (il governo, il parlamento, i ministeri)
9. I consumatori stessi, attraverso blog, forum su internet, ecc.
10. L'IAP – Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria
98. nessuno di questi (NON LEGGERE)
99. non sa (NON LEGGERE)

SC8. E Secondo Lei, qual è il ruolo principale che le associazioni di consumatori dovrebbero rivestire per tutelare il consumatore dalle pubblicità ingannevoli?
(leggere – singola)

1. Fornire un supporto ai consumatori per la comprensione dei messaggi pubblicitari
 2. Individuare le pubblicità ingannevoli e segnalarle alle autorità di vigilanza competenti
 3. Rappresentare nelle azioni legali i consumatori che hanno subito danni
 4. Fare formazione per individuare le pubblicità ingannevoli
 5. nessuno di questi (NON LEGGERE)
- NS non sa/ non indica (NON LEGGERE)

TM1. Lei sa cos'è il telemarketing? (LEGGERE - indicare una sola risposta)

1. Sì lo conosco bene
 2. Sì lo conosco discretamente
 3. No, lo conosco poco / ne ho solo una vaga idea
 4. Non lo conosco per niente
- NS non sa (NON LEGGERE)

(se conosce almeno vagamente, cod. 1,2,3 a TM1)

L'attività di telemarketing consiste nel contatto telefonico diretto da parte di operatori di una azienda con la finalità di vendere beni o servizi o di pubblicizzare beni o servizi a scopo di vendita.

TM2. Era questo concetto che aveva in mente? (indicare una sola risposta)

1. Sì

2. No

(A tutti)

TM3. Lei personalmente ha mai ricevuto telefonate di operatori commerciali per la vendita di un prodotto o servizio? (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Sì spesso
 2. Sì talvolta
 3. No mai
- NS Non ricorda/ non sa (NON LEGGRE)

TM4. Lei conosce il Registro pubblico delle Opposizioni? (indicare una sola risposta)

1. Sì
2. No

Display: Il registro pubblico delle opposizioni è un nuovo servizio gestito dalla Fondazione Ugo Bordoni (FUB) su incarico del Ministero dello Sviluppo economico, in vigore dal 1° febbraio 2011 che consente agli utenti pubblici o privati che ne facciano richiesta di ottenere la cancellazione definitiva del proprio numero telefonico dai registri di telemarketing. Il servizio è rivolto a tutte le utenze pubbliche e private presenti negli elenchi telefonici pubblici.

TM5. Ne aveva mai sentito parlare? (indicare una sola risposta)

1. Sì
2. No

(A coloro che conoscono il Registro pubblico delle Opposizioni, cod. 1 a TM5)

TM6. Lei saprebbe come iscriversi al registro pubblico delle opposizioni per richiedere la cancellazione del suo numero di telefono dai registri di telemarketing? (NON SOLLECITARE – possibile multipla)

1. Sì, inviando una richiesta tramite fax
2. Sì, telefonando ad un numero verde
3. Sì, inviando una email
4. Sì, per posta raccomandata
5. Sì, altro (specificare)_____
6. No

TM7. L'introduzione del registro pubblico delle opposizioni è, secondo la sua personale impressione... (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Molto utile
 2. Abbastanza utile
 3. Poco utile
 4. Per niente utile
- NS Non sa (NON LEGGERE)

(se molto – abbastanza utile)

TM8. Secondo lei è utile soprattutto per... (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. i cittadini
 2. le aziende
 3. entrambi (non leggere)
- NS Non sa (NON LEGGERE)

T1. Le è mai capitato di avere il volo cancellato da parte della sua compagnia aerea? (indicare una sola risposta)

1. Sì

2. No
 3. Non ricorda
- No, non prendo l'aereo

(se sì, cod. 1 a T1)

T2. In quel caso, cosa ha fatto la compagnia aerea? (leggere solo se necessario – multipla)

1. Ha rimborsato per intero il prezzo del biglietto
 2. Ha rimborsato il prezzo del biglietto per la parte di viaggio non effettuata
 3. Ha emesso un nuovo biglietto, analogo al precedente, in una data compatibile con le esigenze della compagnia
 4. Ha emesso un nuovo biglietto, analogo al precedente, con il primo volo disponibile
 5. Ha fornito sistemazione in albergo a spese della compagnia
 6. Ha prenotato l'albergo ma a spese del passeggero
 7. Ha fornito altro tipo di supporto (specificare)_____
 8. Non ha fatto nulla
- NS Non sa (NON LEGGERE)

(se viaggia in aereo, cod. 3 a T1)

T3. Le è mai capitato di non poter essere imbarcato per overbooking (leggere solo se necessario: cioè la sovra prenotazione di posti)? (indicare una sola risposta)

1. SI
 2. NO
- NS Non ricorda

(se sì, cod.1 a T3)

T4. In quel caso, cosa ha fatto la compagnia aerea? (leggere solo se necessario – multipla)

1. Le ha rimborsato una quota in denaro
 2. Le ha riservato un volo alternativo, di analogo valore
 3. Le ha riservato un volo alternativo, di valore inferiore, rimborsandole la differenza
 4. Le ha fornito sistemazione in albergo a spese della compagnia
 5. Ha fornito altro tipo di supporto (specificare) _____
 6. Non ha fatto nulla
- NS Non sa / non ricorda (NON LEGGERE)

(se viaggia in aereo, cod. 3 a T1)

T5. Le è mai capitato di sporgere reclamo ad una compagnia aerea? (NON SUGGERIRE – possibile multipla tranne cod.5)

1. Sì, perché mi avevano perso il bagaglio
2. Sì, perché mi avevano danneggiato il bagaglio
3. Sì, perché mi avevano cancellato il volo
4. Sì, per altri motivi (spec)
5. No

(a tutti)

T6. Restiamo sempre in tema di servizi turistici. Le leggerò ora alcune novità introdotte dal nuovo codice del turismo. Mi dica se ne era a conoscenza (LEGGERE – possibile multipla)

1. Le agenzie di viaggio tradizionali e online saranno soggette alle stesse regole e agli stessi controlli
2. Saranno predisposti alcuni strumenti di informazione e assistenza del turista, come la carta dei servizi ed un apposito call center
3. Tutti i tour operator dovranno stipulare delle polizze assicurative per tutelare il turista da qualsiasi rischio connesso con il viaggio e garantirgli il dovuto risarcimento
4. Non conosco nessuna di queste (NON LEGGERE)

T7. Indipendentemente dal fatto che le conoscesse, secondo lei queste novità del codice del turismo...
(LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Garantiscono la tutela principalmente del turista
 2. Garantiscono la tutela principalmente delle agenzie di viaggio/ tour operator
 3. Garantiscono in egual misura l'erogatore di servizi turistici ed il turista
- NS Non sa (NON LEGGERE)

T8. L'ultima volta che ha fatto le vacanze presso un albergo / una struttura alberghiera, quanto è rimasto soddisfatto? (LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Molto
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per niente
5. Non indica (NON LEGGERE)
6. Non è andato in vacanza in una struttura alberghiera / in un albergo (NON LEGGERE)

T9. In particolare, di cosa non è rimasto soddisfatto? (leggere solo se necessario – possibile multipla)

1. Prezzo diverso da quello riportato su brochure/depliant/internet
 2. Pulizia dei locali / delle camere
 3. Qualità del cibo
 4. Assenza di servizi rispetto a quelli pubblicizzati
 5. Ubicazione diversa da quella riportata su brochure/depliant/internet
 6. Altro (specificare) _____
- NS Non indica (NON LEGGERE)

C1. Le leggerò ora alcune forme di credito che gli istituti finanziari sono soliti concedere ai propri clienti. Mi dice quanto li conosce? (LEGGERE anche i la scala di risposta - indicare una sola risposta)

SCRIPT: SCALA

1. non l'ho mai sentita nominare prima d'ora
2. l'ho sentita solo di nome
3. conoscenza discreta
4. conoscenza buona
5. la utilizzo attualmente
6. l'ho utilizzata negli ultimi 10 anni

ITEMS

- **credito al consumo/ prestito finalizzato** (se necessario leggere: è la forma di finanziamento alla quale si ricorre per l'acquisto di uno specifico bene/servizio; la sua caratteristica principale è il legame tra il finanziamento e l'oggetto acquistato)
- **prestito personale/ non finalizzato** (se necessario leggere: è una somma di denaro che viene concessa al richiedente a prescindere dal tipo di utilizzo che poi di questa somma verrà fatto)
- **carta revolving** (se necessario leggere: è una carta di credito che fornisce liquidità anche in mancanza di disponibilità sul c/c e consente di rateizzare in modo flessibile la somma utilizzata; ogni volta che si utilizza la carta per un acquisto, la somma diminuisce, mentre ogni volta che si paga una rata, la disponibilità si ricostituisce)
- **mutuo** (se necessario leggere: si tratta di un importo di un certo rilievo erogato contro la prestazione di una garanzia; solitamente viene richiesto per l'acquisto di un immobile)

(A coloro che dicono di conoscere la carta revolving almeno discretamente o di averla utilizzata, cod.3,4,5,6 ad item 3 di dom. C1)

C2. Ha mai ricevuto a casa una carta di credito revolving che non ha mai chiesto e spressamente? (NON LEGGERE – indicare una sola risposta)

1. Sì è l'ho utilizzata
 2. Sì ma non l'ho utilizzata
 3. Sì ma l'ho restituita alla banca/istituto di credito
 4. Sì, e l'ho gettata via
 5. No
- NS Non sa/ non ricorda /Non indica

(A coloro che dicono di conoscere almeno discretamente o di aver utilizzato almeno una forma di finanziamento, almeno un cod. 3,4,5,6 a dom. C1)

C3. Ha mai sporto un reclamo ad un istituto di credito/ ad una banca? (indicare una sola risposta)

1. Sì
 2. No
- NS Non sa/Non indica (NON LEGGERE)

(Se sì, cod. 1 a C3)

C3.1 come ha sporto questo reclamo? (non sollecitare - multipla)

1. per raccomandata
 2. per email
 3. di persona allo sportello della filiale/della finanziaria
 4. attraverso altre forme (SPECIFICARE)_____ (non leggere)
- NS Non sa/ non ricorda/Non indica (NON LEGGERE)

(Se sì, cod. 1 a C3)

C4. Entro quanto tempo ha risposto la banca/finanziaria? (LEGGERE - indicare una sola risposta)

1. Entro 60 giorni dalla spedizione del reclamo
 2. Entro 30 giorni dal ricevimento del reclamo
 3. Entro 30 giorni dalla spedizione del reclamo
 4. Non ha mai risposto (NON LEGGERE)
- NS Non sa/Non indica (NON LEGGERE)

G1. Le è capitato di acquistare un prodotto che, successivamente, si è rivelato difettoso? (indicare una sola risposta)

1. Sì
2. No
3. Sì ma non ho segnalato l'anomalia al rivenditore

(Se sì, cod. 1 a G1)

G2. Il venditore in quel caso cosa ha fatto? (leggere solo se necessario – indicare una sola risposta)

1. Le ha rimborsato il prezzo del prodotto
2. Le ha sostituito il prodotto
3. Le ha riparato il prodotto
4. Le ha rilasciato un buono acquisto di pari valore
5. Non ha fatto niente

NS Non sa (NON LEGGERE)

(se il venditore ha fatto qualcosa, cod. 1,2,3,4 a G2)

G3. E' rimasto soddisfatto del trattamento ricevuto? (LEGGERE - indicare una sola risposta)

1. Molto
 2. Abbastanza
 3. Poco
 4. Per nulla
- NS Non sa (NON LEGGERE)

(A tutti)

G4. Lei sa entro quali termini bisogna segnalare al rivenditore un prodotto difettoso per ottenere il rimborso/riarsarcimento? (leggere solo se necessario - indicare una sola risposta)

1. Entro una settimana dall'acquisto
 2. Entro due settimane dall'acquisto
 3. Entro un mese dall'acquisto
 4. Entro due mesi dall'acquisto
 5. Entro 3-6 mesi dall'acquisto
 6. Entro 7 mesi – 1 anno dall'acquisto
 7. Oltre 1 anno dall'acquisto
- NS Non sa (NON LEGGERE)