

Cosa vediamo?



Servizi Professionali



Nobody's Unpredictable



Job n. 31486IZ01



Indice

- *Metodologia*
- *Il campione*

- **Il settore di attività in generale**
- **Il proprio settore di attività**
- **Osservazioni dell'intervistatore**
- **Indici e aree tematiche**
- **Considerazioni sul D.L. Bersani sulle privatizzazioni**

- **Commento**



Metodologia/1

Ambiti commerciali interessati: in totale 10 e cioè

- **Servizi professionali**
- Distribuzione commerciale
- Produzione pane
- Distribuzione farmaci al pubblici
- Servizio taxi
- Beni mobili registrati
- Responsabilità civile auto
- Prodotti agro alimentari
- Settore bancario e creditizio
- Trasporto comunale e intercomunale

Numerosità campionaria ed estensione territoriale:

Per ogni ambito commerciale (mercato oggetto di osservazione) sono state effettuate 2 interviste nei 103 comuni capoluogo di provincia, con sovracampionamento dei grandi centri.

.Ogni mercato è composto di 244 interviste

Complessivamente, nel totale dei 10 settori, 2440 interviste

Tecnica di rilevazione: intervista personale presso il luogo di lavoro condotta tramite l'ausilio del PC (CAPI).

Metodo di raccolta delle informazioni: intervista diretta agli intervistati e osservazioni oggettive da parte degli intervistatori (orari di apertura tramite gli orari esposti e rilevazione dei prezzi di prodotti di uso comune)



Metodologia/2

Variabili oggetto di osservazione:

Declinazione in 6 aree tematiche e cioè:

- Offerta
- Prezzi
- Pubblicità e comunicazione
- Contratti
- Orari
- Autodisciplina-customer care

La ponderazione dei risultati:

Al fine di rappresentare correttamente le proporzioni territoriali italiane, i dati sono stati ponderati secondo i seguenti parametri

→ Popolazione della provincia

→ Area geografica per ampiezza centri

In maniera da poter garantire una corretta lettura a livello nazionale, di macro regioni (nord ovest- nord est- centro – sud/Isole) e per centri di maggiore, media, minore dimensione.



Metodologia/3

Gli indici di “performance”

Per ogni area tematica analizzata sono stati costruiti degli “indici di performance” analizzabili sia a livello di singolo mercato che, trasversalmente, rispetto all’area territoriale e ai diversi mercati analizzati.

Il valore dell’indice è funzione dello scarto tra valori positivi (aumento/miglioramento) e valori negativi (diminuzione/ peggioramento); quanto più è alto il valore dell’indice tanto più è elevata la percezione dell’incremento registrato per la variabile esaminata. Se l’indice ha valore negativo significa che, nella percezione degli intervistati, è prevalente la sensazione di peggioramento/ diminuzione per il fenomeno considerato.

Il range entro cui sono compresi i valori dell’indice va da +100 a –100. I valori prossimi allo zero indicano differenze poco significative tra la percezione positiva e negativa.

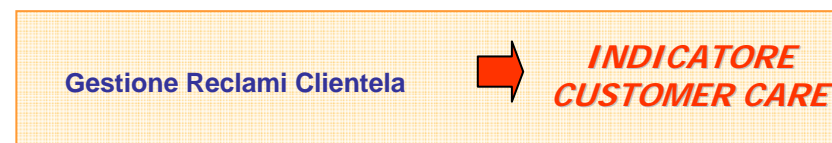
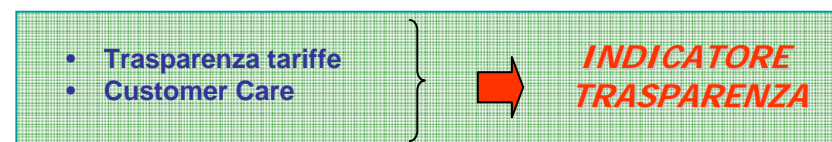
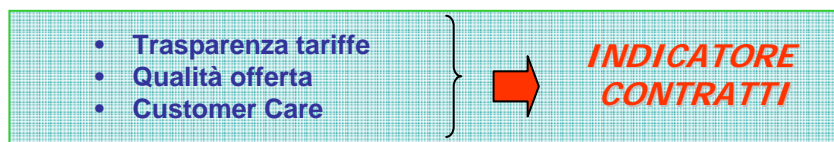
Nella pagina successiva una tabella esemplificativa.



Metodologia: il metodo di costruzione dell'indice di performance

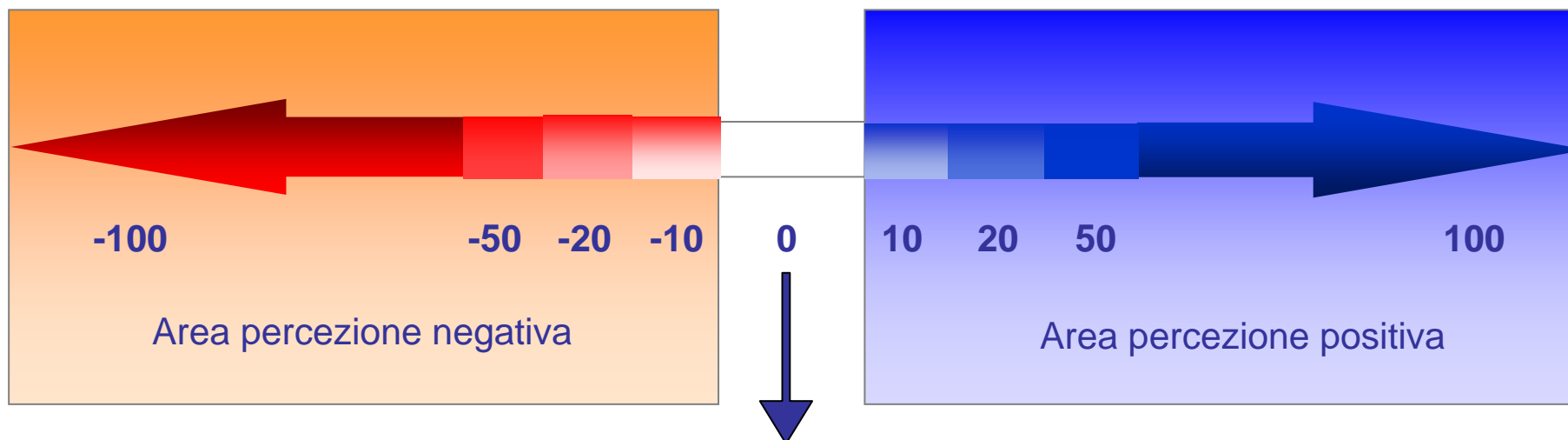
Gli indici di performance rappresentano indicatori sintetici che permettono di identificare l'andamento del mercato nel suo complesso per mezzo del monitoraggio delle aree tematiche più rilevanti.

Dal punto di vista operativo gli indici sono il risultato di un aggregato di variabili o dell'indicizzazione di variabili singole. Di seguito una tabella esemplificativa del metodo di costruzione





Metodologia: i valori dell'indice



<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente peggiorato	-100
Molto peggiorato	-50
Abbastanza peggiorato	-20
Lievemente peggiorato	-10

Nessuna variazione

<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente migliorato	+100
Molto migliorato	+50
Abbastanza migliorato	+20
Lievemente migliorato	+10



Il campione intervistato



I soggetti coinvolti

Al fine di interpretare correttamente l'effetto delle liberalizzazioni nei mercati considerati, sono stati intervistati due tipi di soggetti:

I **LIBERALIZZATI**, cioè coloro che sono stati direttamente coinvolti dal processo di liberalizzazione in quanto facenti parte della categoria professionale interessata dal processo di liberalizzazione.

GLI **OSSERVATORI** cioè i soggetti che, pur non essendo direttamente coinvolti nel processo di liberalizzazione poiché non appartenenti al mercato liberalizzato, ne hanno indirettamente potuto constatare gli effetti e fornire quindi informazioni da una prospettiva "privilegiata".

Nel mercato oggetto di osservazione gli intervistati appartengono tutti alla categoria **LIBERALIZZATI** e sono costituiti da:



**122 Professionisti nell'area
edile/tecnica
(ingegneri/architetti/geometri)**



**122 Professionisti nell'area
economico/legale (avvocati/
commercialisti/ragionieri
commercialisti)**



Il settore di attività in generale

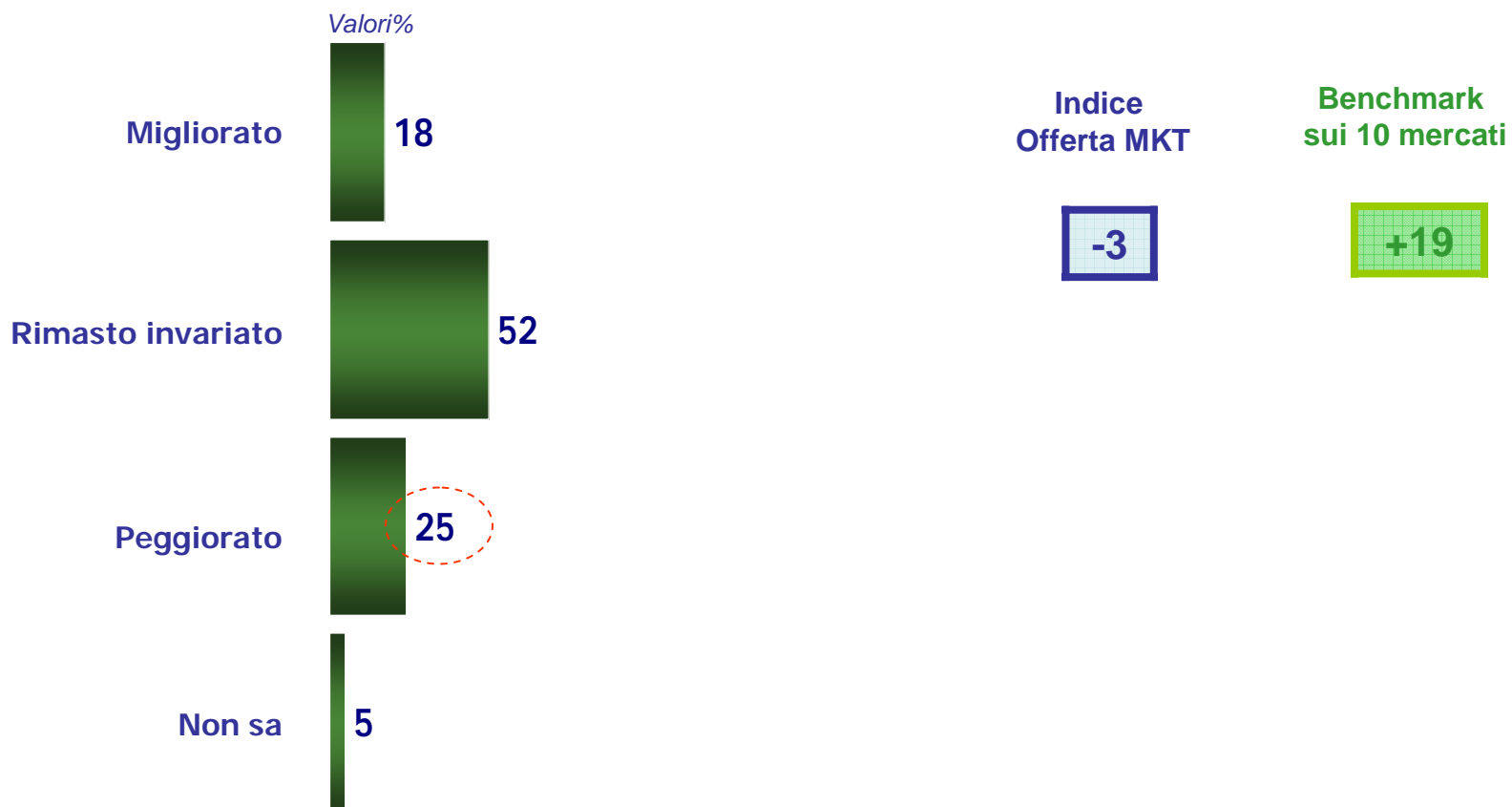
Domande sottoposte ai soggetti liberalizzati e agli osservatori



Qualità dell'offerta

– totale Italia

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo nel settore dei servizi professionali nella sua zona, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale



Base: totale intervistati (244)



Qualità dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo nel settore dei servizi professionali nella sua zona, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mil a ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	18	21	27	13	10	18	21	15	18	35
Rimasto invariato	56	52	50	50	63	55	44	57	50	37
Peggiorato	18	21	17	37	18	24	30	24	26	23
Non sa	8	6	6	-	9	3	5	4	6	5
Indice Offerta MKT	10	7	20	-27	-3	-13	0	-5	-17	33

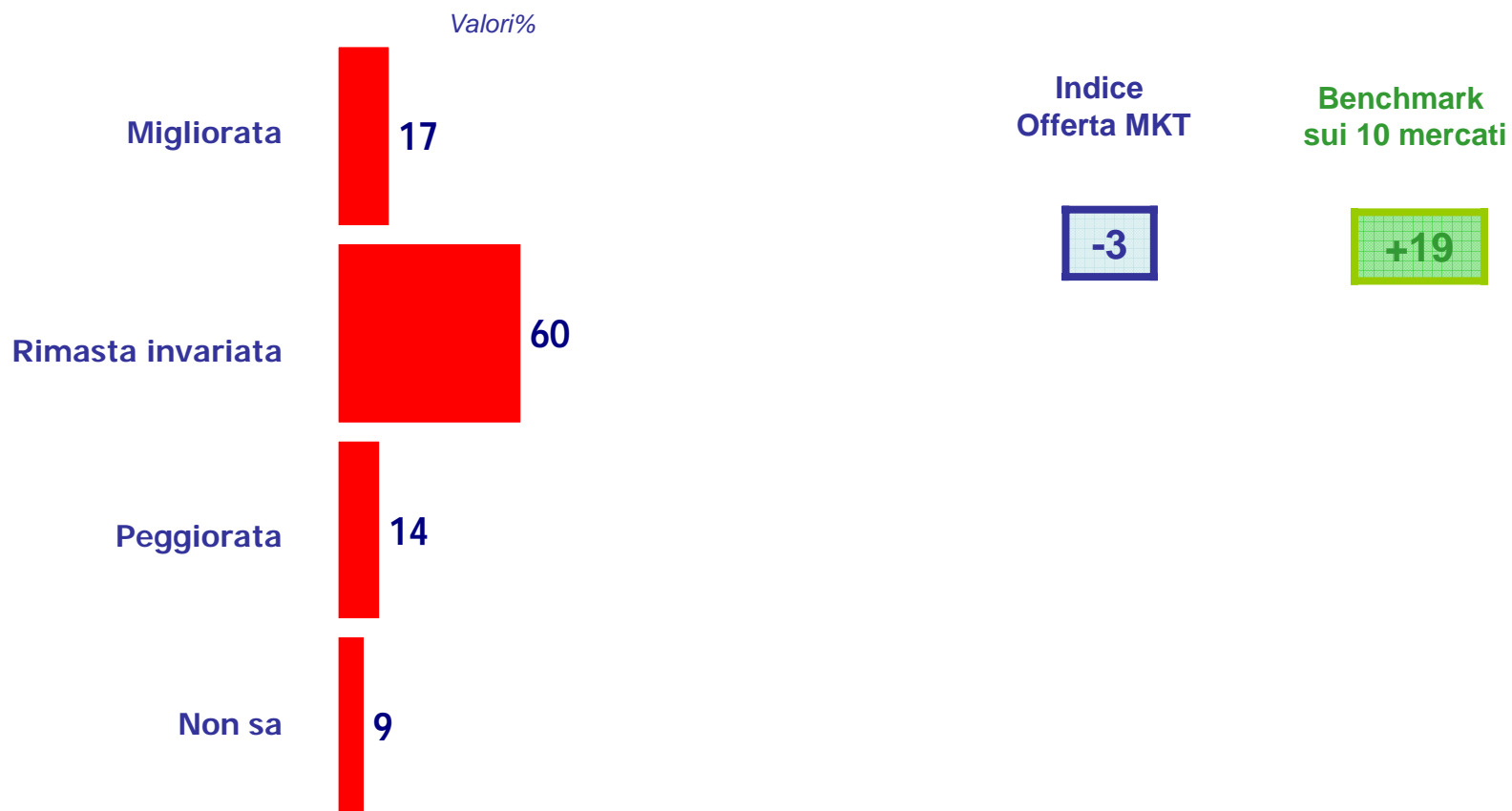
Base: totale intervistati (244)



Ampiezza dell'offerta

– totale Italia

Dom. 4 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta disponibile è...



Base: totale intervistati (244)



Ampiezza dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 4 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta disponibile è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	22	15	22	12	14	12	25	15	12	40
Rimasto invariato	57	69	51	64	64	67	51	64	60	45
Peggiorato	5	9	13	22	10	15	13	13	18	5
Non sa	16	7	14	2	12	6	11	8	10	10
Indice Offerta MKT	10	7	20	-27	-3	-13	0	-5	-17	33

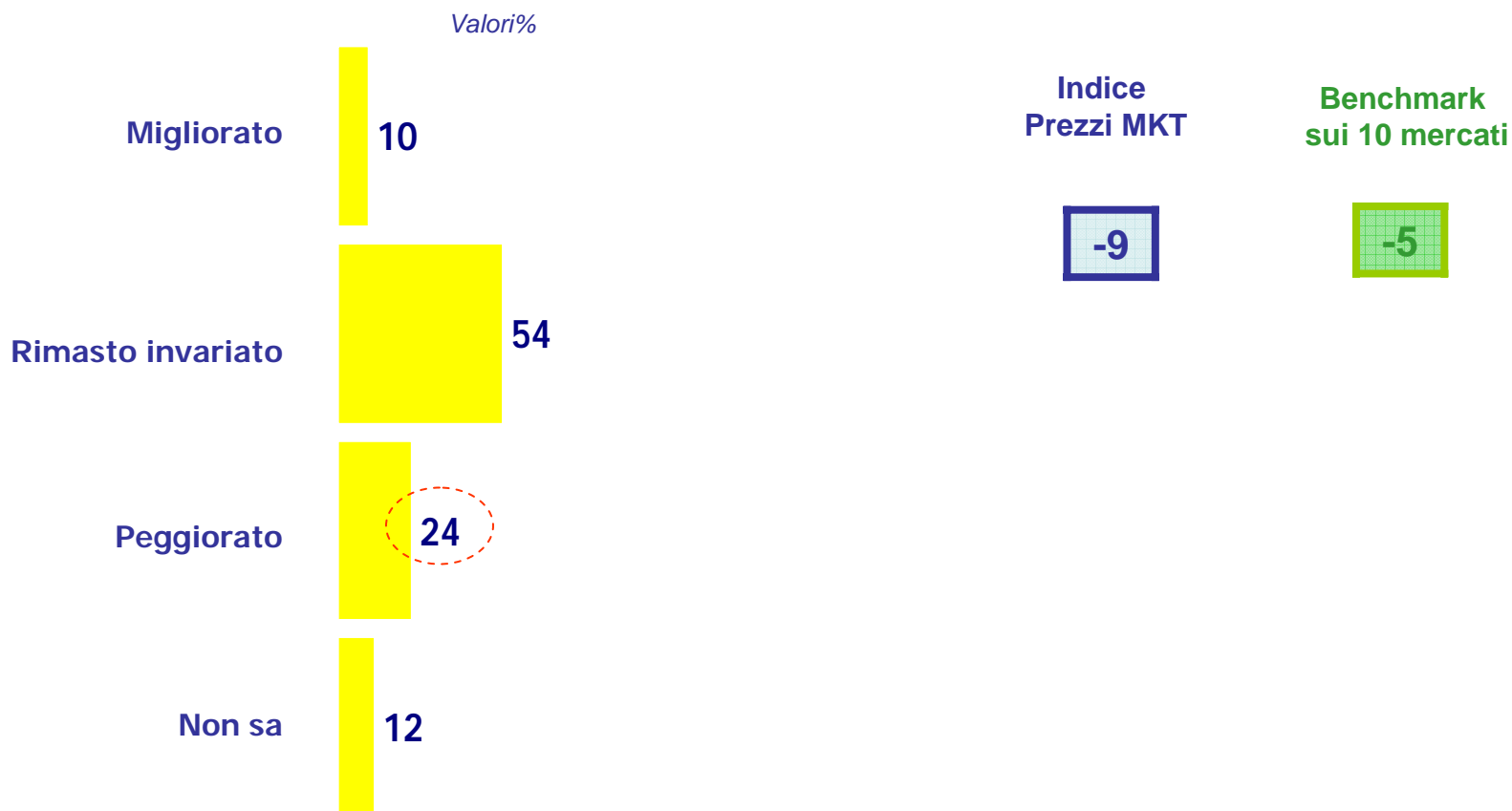
Base: totale intervistati (244)



Livello dei prezzi – totale Italia



Dom. 6 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che il livello dei prezzi è....



Base: totale intervistati (244)



Livello dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 6 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che il livello dei prezzi è....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	5	12	20	8	9	6	16	10	7	19
Rimasto invariato	46	60	48	61	55	60	42	64	42	40
Peggiorato	25	17	22	27	24	26	29	17	36	27
Non sa	24	11	10	4	12	8	13	9	15	14
Indice Prezzi MKT	-16	-2	3	-19	-6	-17	-13	-1	-25	-9

Base: totale intervistati (244)

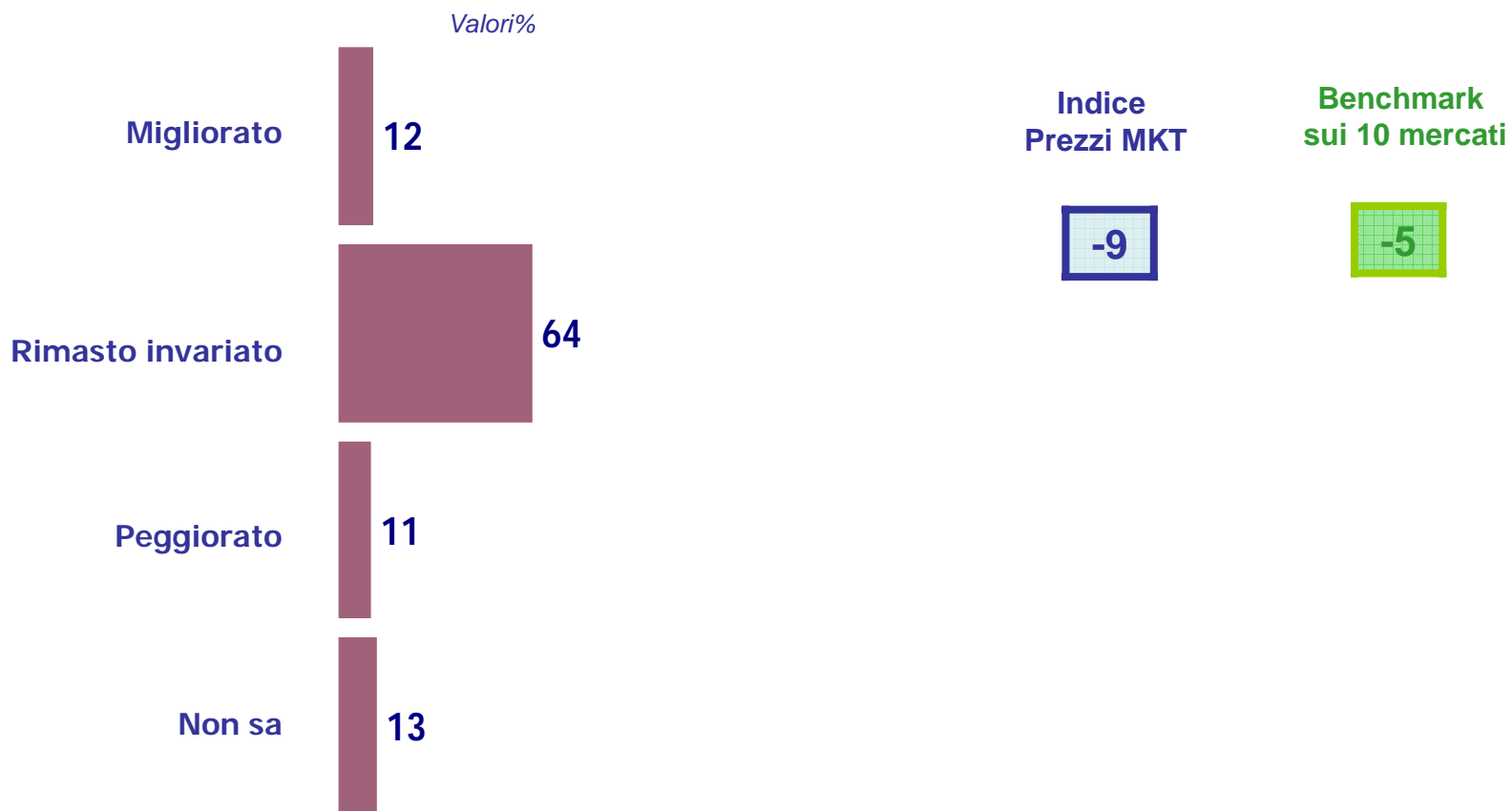


Trasparenza dei prezzi

– totale Italia



Dom. 8 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che il livello di trasparenza di prezzi e tariffe è...



Base: totale intervistati (244)



Trasparenza dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 8 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che il livello di trasparenza di prezzi e tariffe è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	6	9	16	15	12	11	9	14	10	7
Rimasto invariato	66	70	58	61	69	63	66	65	59	65
Peggiorato	9	6	4	19	8	13	9	9	18	6
Non sa	19	15	22	5	11	13	16	12	13	22
Indice Prezzi MKT	-16	-2	3	-19	-6	-17	-13	-1	-25	-9

Base: totale intervistati (244)

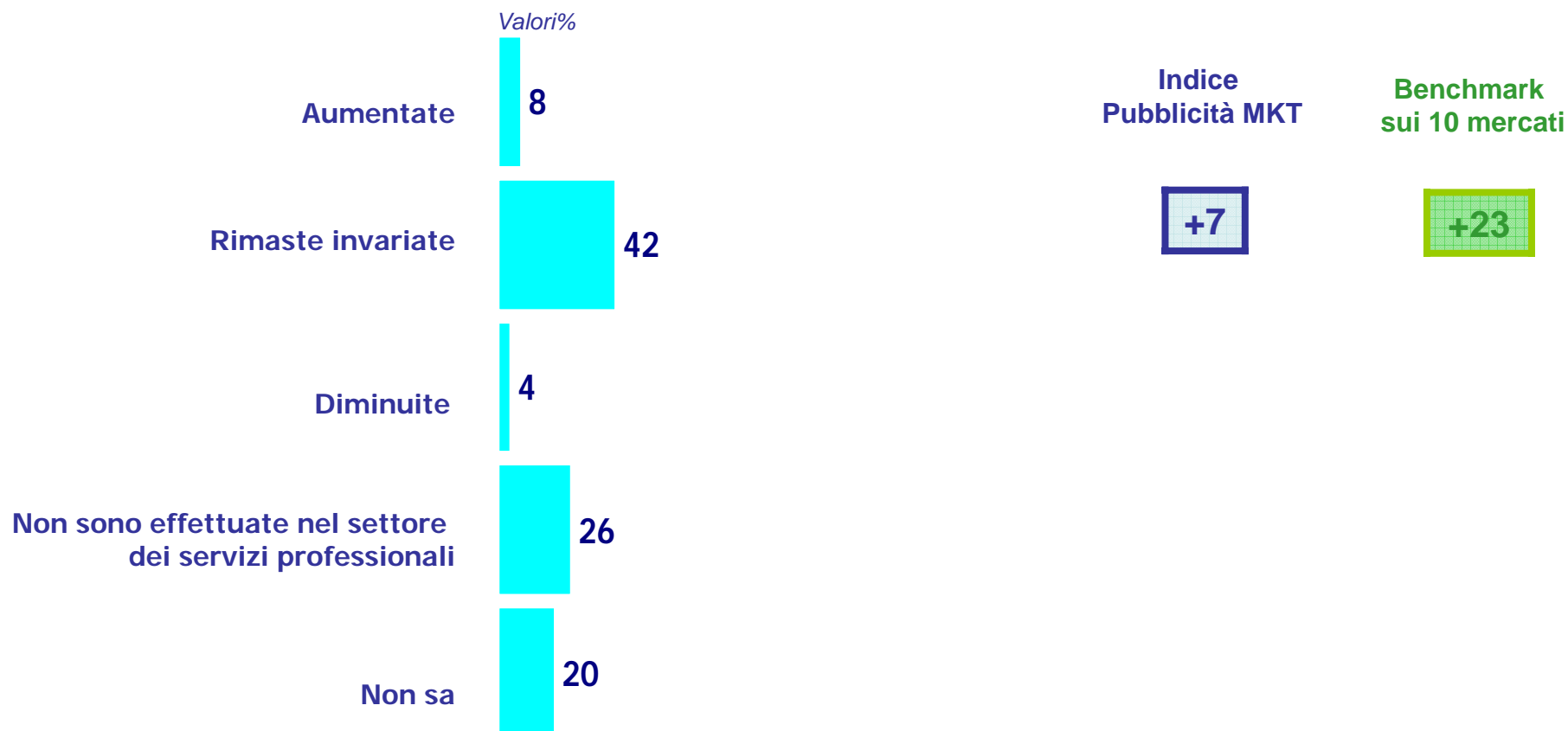


Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– totale Italia

PUBBLICITÀ

Dom. 10 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie e di comunicazione sono...



Base: totale intervistati (244)



Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– analisi per le principali variabili territoriali

PUBBLICITÀ

Dom. 10 E pensando al settore dei servizi professionali nella sua zona, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie e di comunicazione sono...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentate	6	10	12	6	11	8	6	6	11	12
Rimaste invariate	38	55	35	41	33	45	44	39	46	46
Diminuite	2	2	6	7	7	4	4	4	7	-
Non effettuate	19	16	28	36	26	27	26	32	18	17
Non sa	35	17	19	10	23	16	20	19	18	25
Indice Pubblicità MKT	34	53	22	18	8	7	3	21	42	43

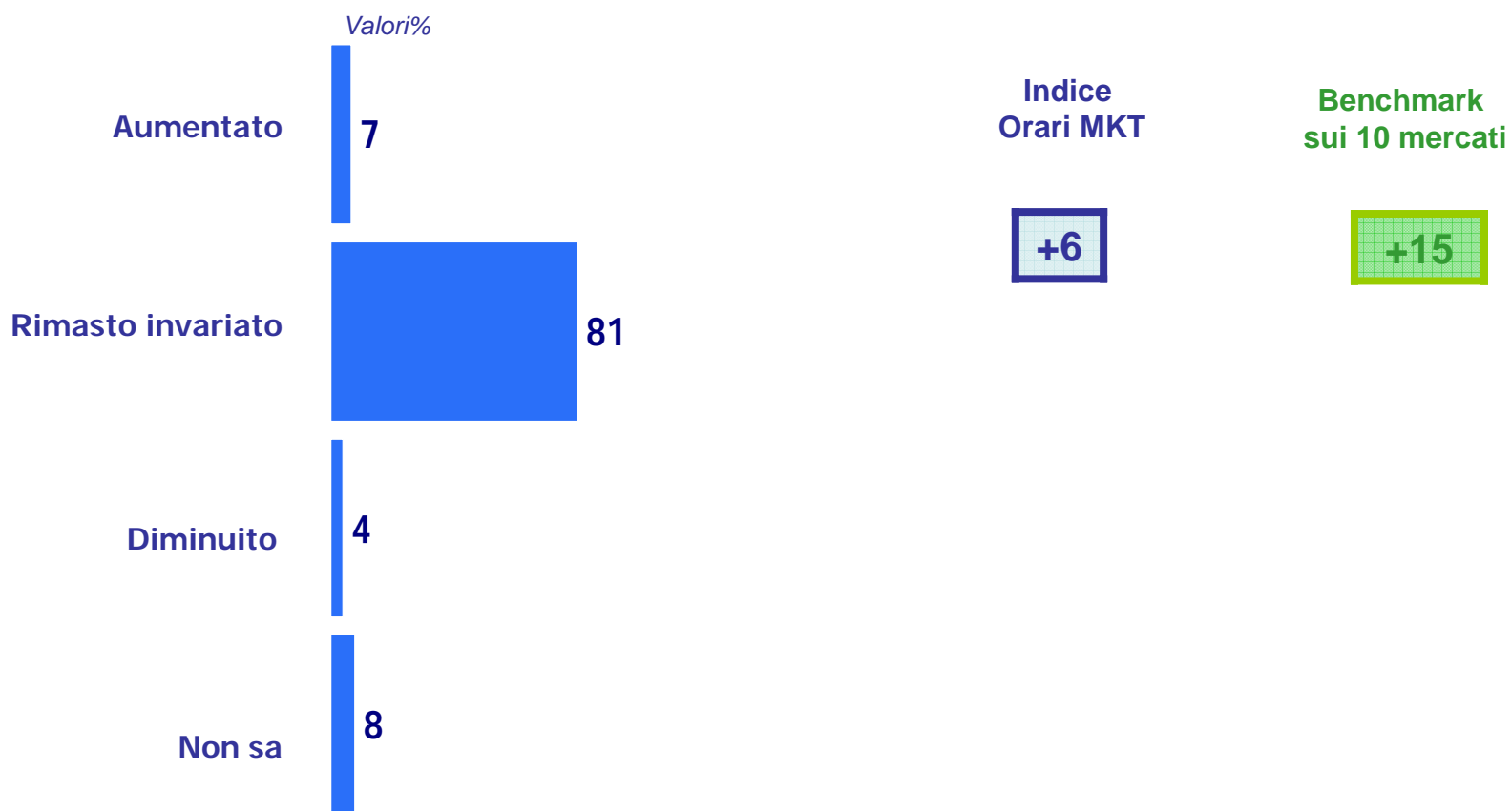


Orari di apertura al pubblico

– totale Italia



Dom. 13 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI nell'ambito del settore dei servizi professionali della sua zona sono...



Base: totale intervistati (244)

Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 13 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI nell'ambito del settore dei servizi professionali della sua zona sono...

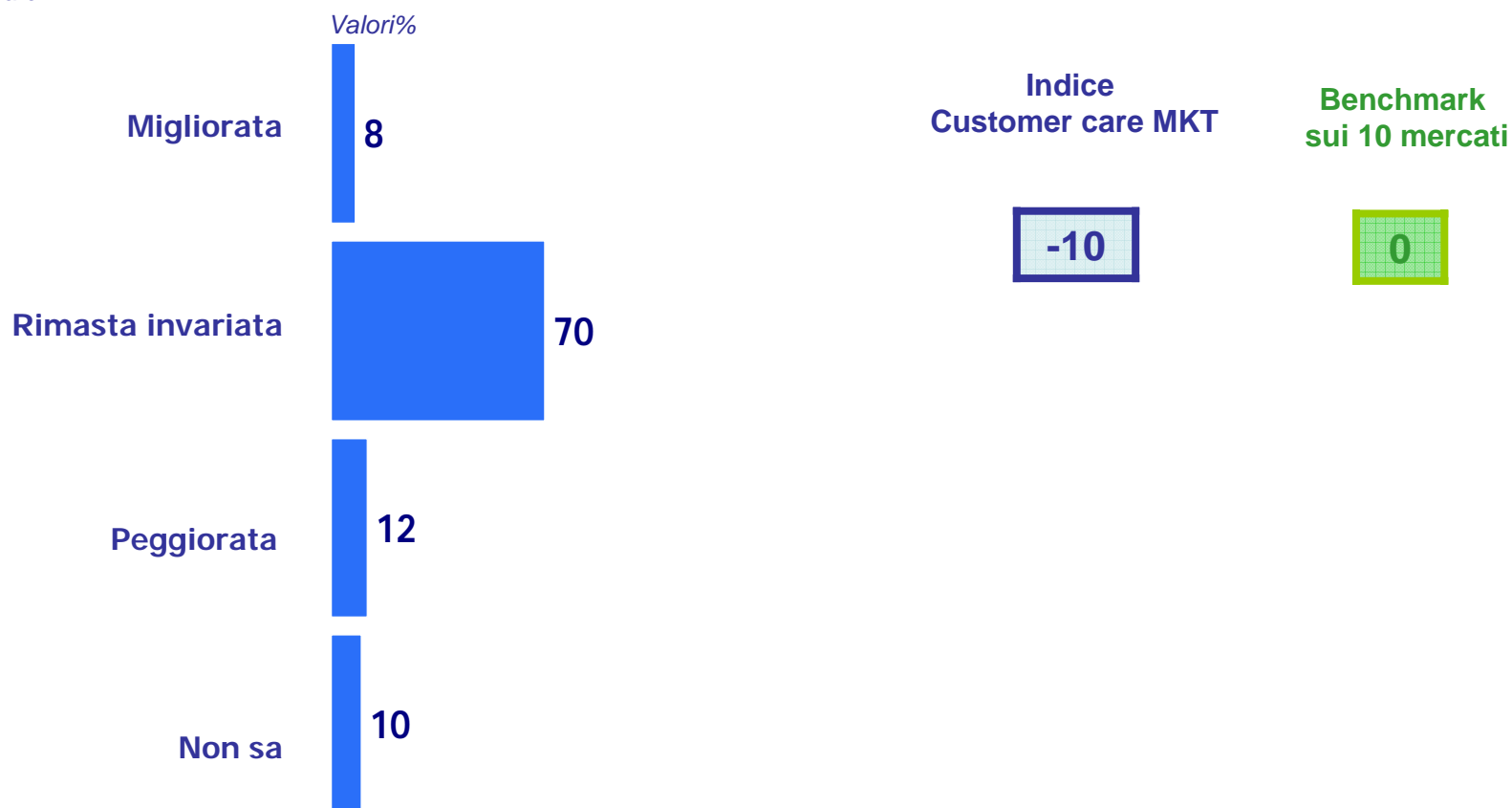
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	14	3	4	6	5	7	7	8	4	11
Rimasto invariato	72	89	77	86	77	82	80	82	83	76
Diminuito	3	4	9	2	8	4	3	5	3	-
Non sa	11	4	10	6	10	7	10	5	10	13
Indice Orari MKT	14	-3	-9	6	-6	5	7	6	2	11



La gestione dei reclami dei clienti

– totale Italia

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nel settore dei servizi professionali nella sua zona e....



Base: totale intervistati (244)



La gestione dei reclami dei clienti

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nel settore dei servizi professionali nella sua zona e....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorata	3	16	5	8	5	10	6	4	11	13
Rimasta invariata	72	66	71	70	67	69	74	79	57	60
Peggiorata	9	10	16	14	15	12	10	8	23	10
Non sa	16	8	8	8	13	9	10	9	9	17

Indice Customer care MKT	-9	12	-15	-12	-15	-8	-8	-6	-20	9
--------------------------	----	----	-----	-----	-----	----	----	----	-----	---



Il proprio settore di attività

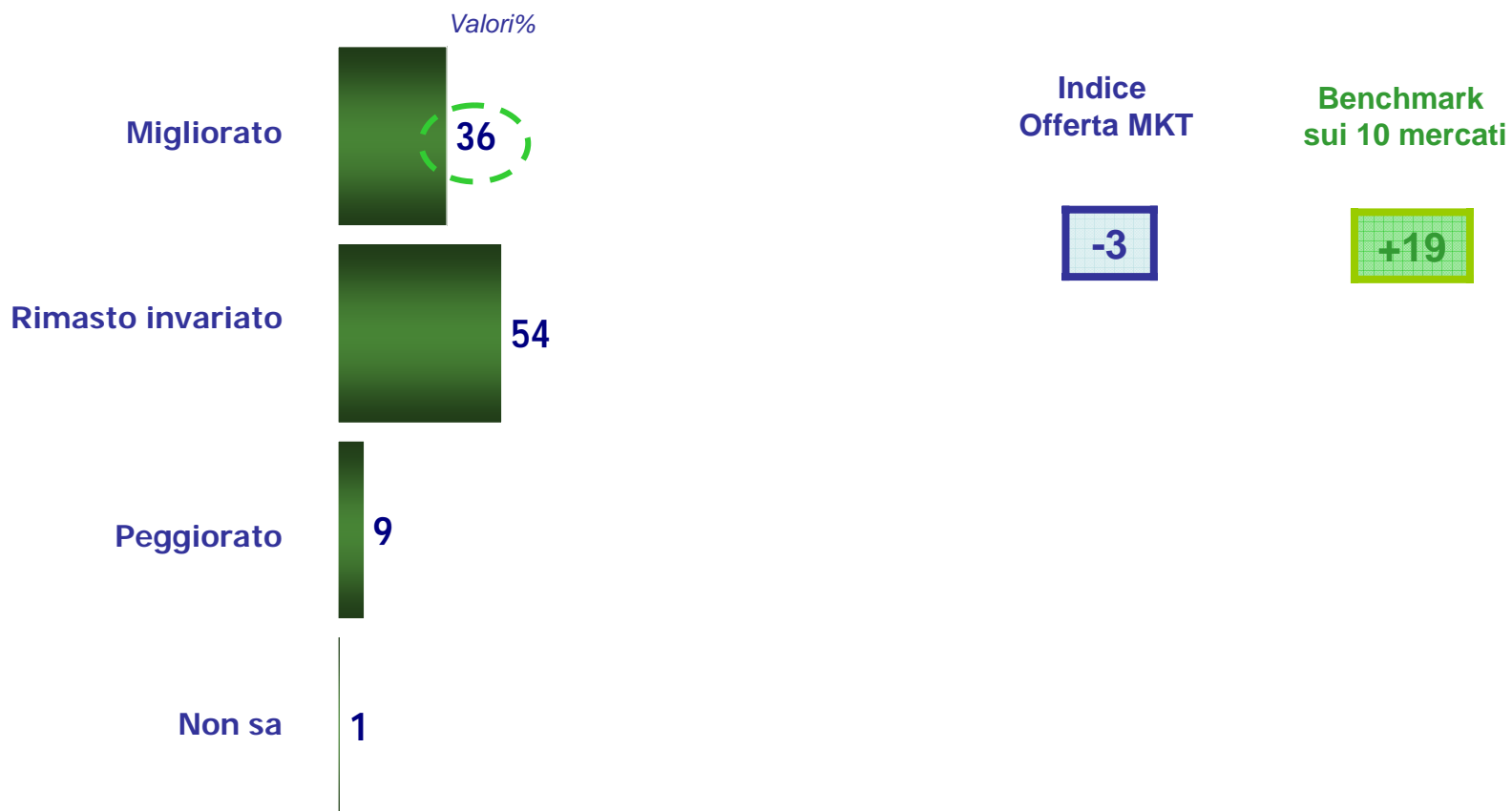
Domande sottoposte ai soli soggetti liberalizzati



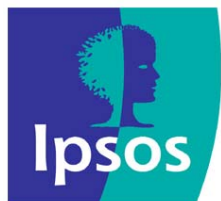
Qualità dell'offerta

– totale Italia

Dom. 1 Rispetto ad un anno fa, lei direbbe che il livello qualitativo dell'offerta del suo studio professionale è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Qualità dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 1 Rispetto ad un anno fa, lei direbbe che il livello qualitativo dell'offerta del suo studio professionale è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	24	36	52	36	36	38	29	32	37	52
Rimasto invariato	65	56	45	50	53	54	59	61	47	41
Peggiorato	10	8	3	11	10	8	10	7	12	7
Non sa	1	-	-	3	1	-	2	-	4	-
Indice Offerta MKT	10	7	20	-27	-3	-13	0	-5	-17	33

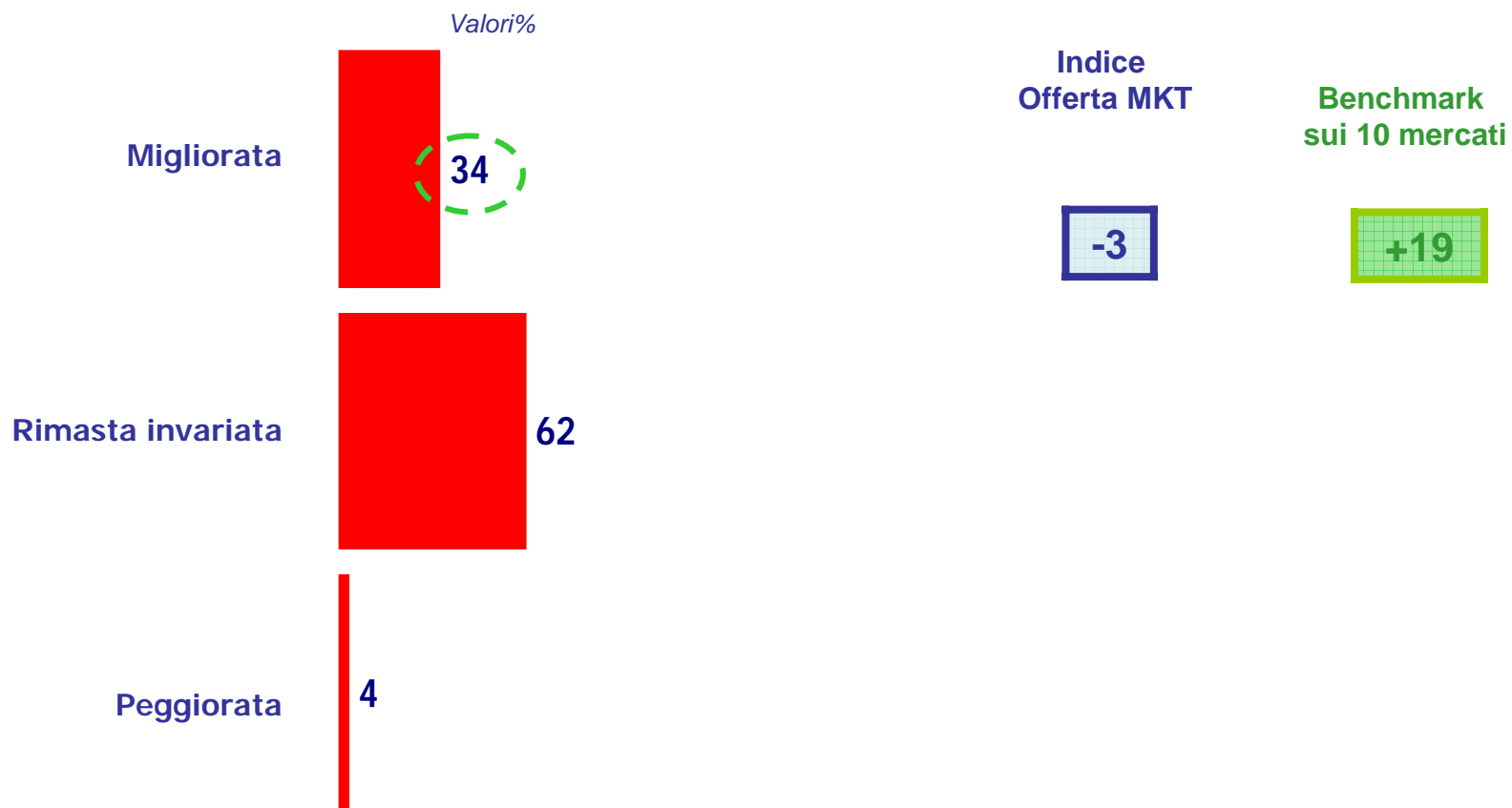
Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Ampiezza dell'offerta

– totale Italia

Dom. 3 Secondo lei, l'ampiezza dell'offerta cioè il numero di prodotti e proposte che il suo studio professionale offre alla clientela, rispetto all'anno scorso è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Ampiezza dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 3 Secondo lei, l'ampiezza dell'offerta cioè il numero di prodotti e proposte che il suo studio professionale offre alla clientela, rispetto all'anno scorso è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorata	28	20	46	39	34	32	35	29	35	56
Rimasta invariata	71	74	51	55	61	62	61	67	61	38
Peggiorata	1	6	3	6	5	6	4	4	4	6
Indice Offerta MKT	10	7	20	-27	-3	-13	0	-5	-17	33

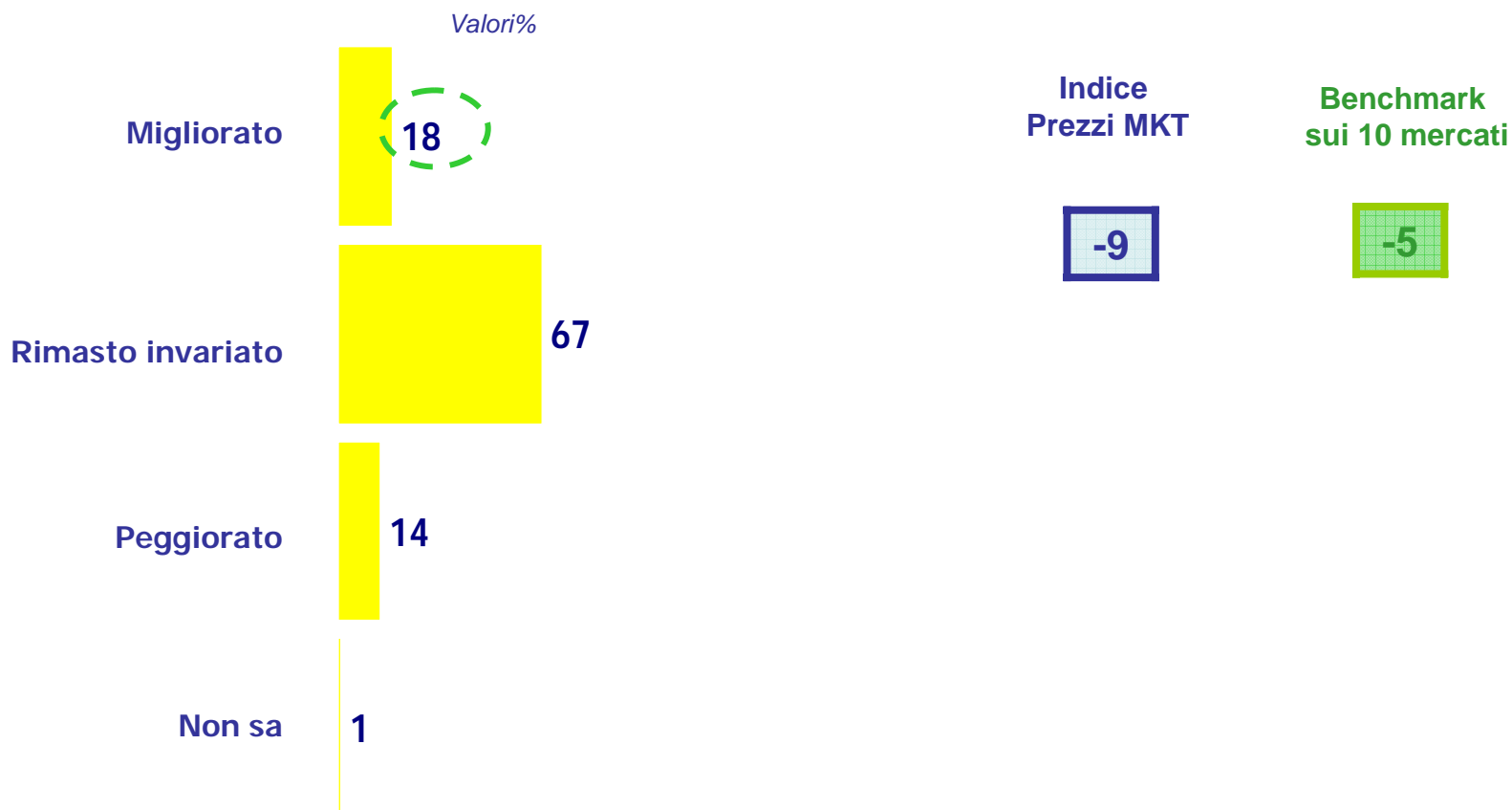
Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Livello dei prezzi – totale Italia



Dom. 5 Per quanto riguarda il livello dei prezzi applicato dal suo studio professionale, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Livello dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 5 Per quanto riguarda il livello dei prezzi applicato dal suo studio professionale, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mil a ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	12	16	30	15	9	12	28	19	11	25
Rimasto invariato	68	77	62	65	68	71	57	72	66	50
Peggiorato	18	5	6	20	22	15	15	8	22	21
Non sa	2	2	2	-	1	2	-	1	1	4
Indice Prezzi MKT	-16	-2	3	-19	-6	-17	-13	-1	-25	-9

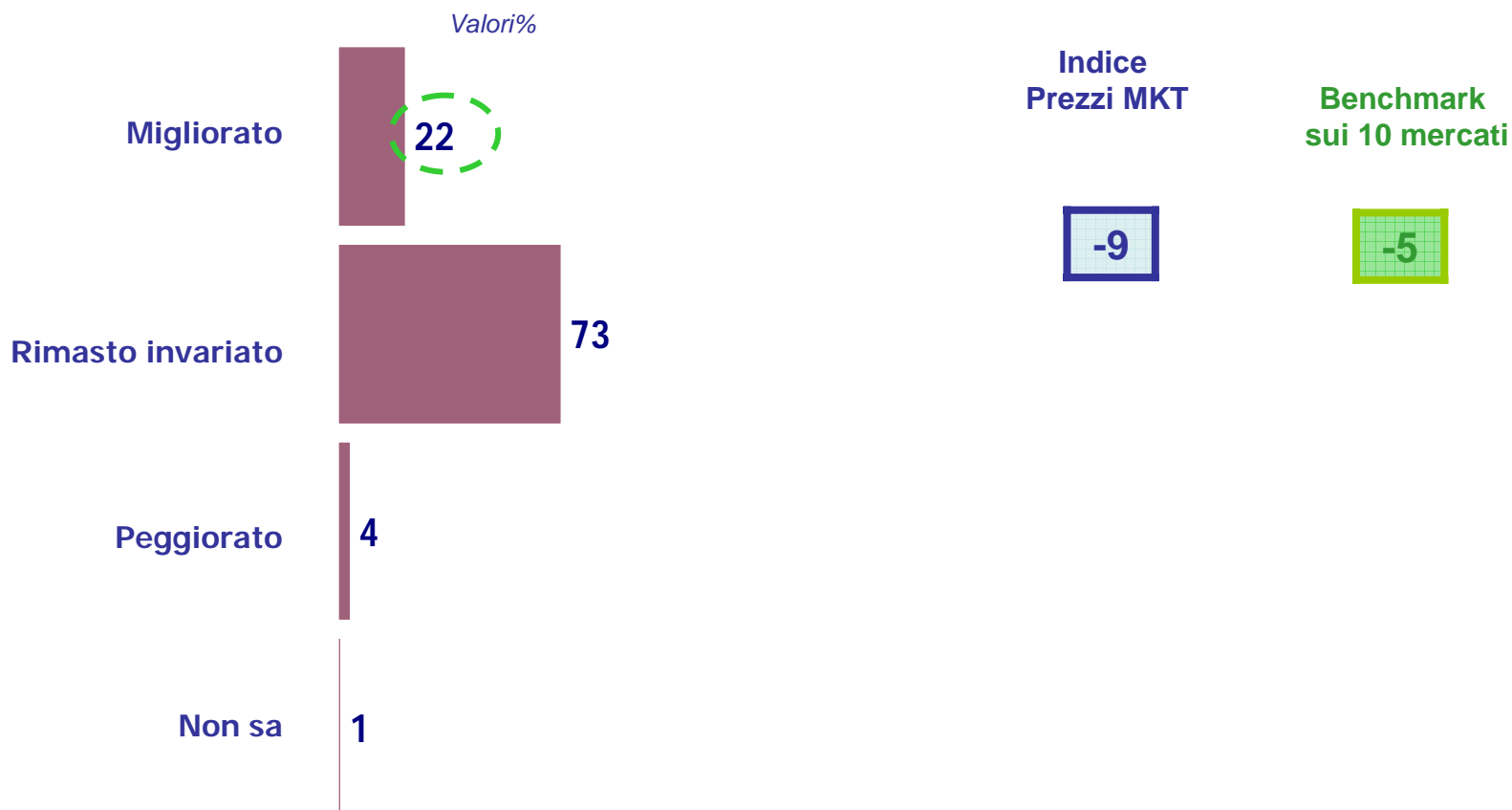
Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Trasparenza dei prezzi – totale Italia



Dom. 7 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato dal suo studio professionale è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Trasparenza dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 7 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato dal suo studio professionale è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	17	9	20	35	20	19	22	24	23	13
Rimasto invariato	79	89	73	59	75	76	74	75	64	84
Peggiorato	4	-	5	6	4	4	4	1	12	-
Non sa	-	2	2	-	1	1	-	-	1	3
Indice prezzi MKT	-16	-2	3	-19	-6	-17	-13	-1	-25	-9

Base: totale soggetti liberalizzati (244)

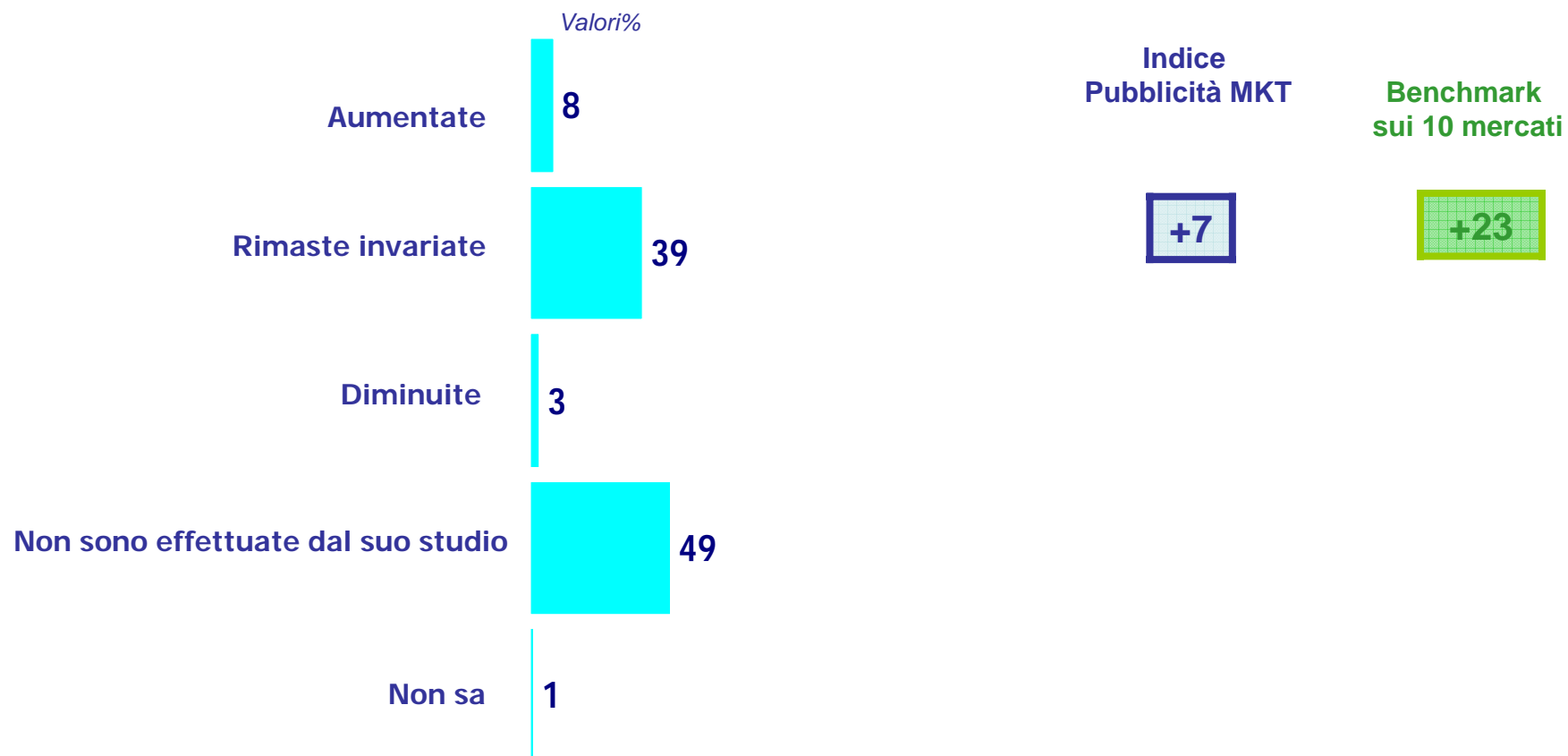


Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– totale Italia

PUBBLICITÀ

Dom. 9 Parlando di iniziative pubblicitarie e di comunicazione effettuate dal suo studio professionale, rispetto ad un anno fa, lei direbbe che sono....



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– analisi per le principali variabili territoriali

PUBBLICITÀ

Dom. 9 Parlando di iniziative pubblicitarie e di comunicazione effettuate dal suo studio professionale, rispetto ad un anno fa, lei direbbe che sono....

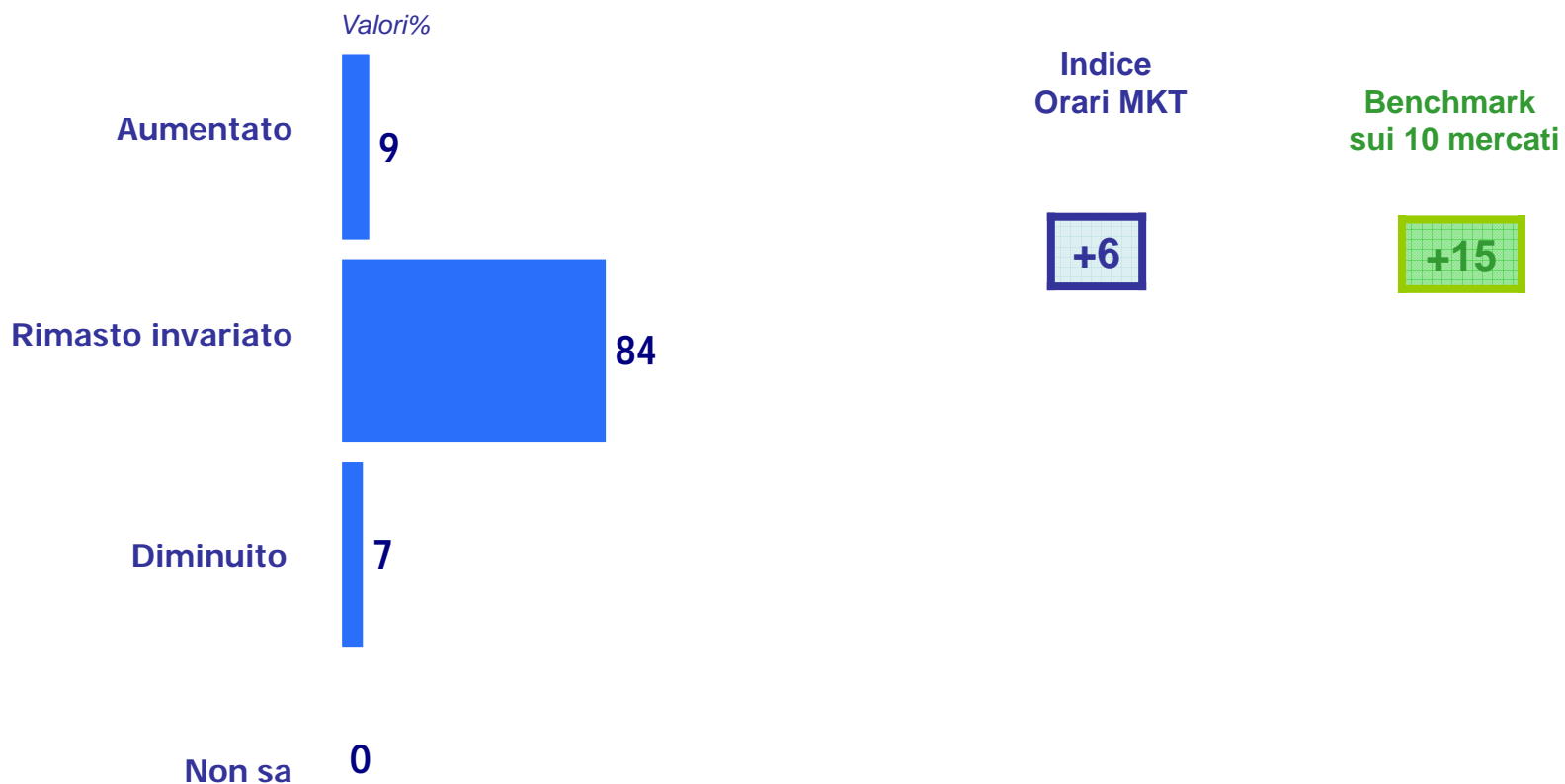
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentate	9	8	7	9	7	6	12	9	6	12
Rimaste invariate	29	55	50	32	36	43	43	38	38	46
Diminuite	4	5	1	3	2	5	-	2	7	-
Non effettuate	56	32	40	56	51	45	45	50	48	40
Non sa	2	-	2	-	4	1	-	1	1	2
Indice pubblicità MKT	34	53	22	18	8	7	3	21	42	43



Orari di apertura al pubblico – totale Italia



Dom. 11 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI del suo studio è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)

Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 11 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI del suo studio è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	5	4	10	13	16	9	6	8	7	17
Rimasto invariato	91	85	84	78	72	86	87	84	84	82
Diminuito	3	10	6	9	11	4	7	8	7	1
Non sa	1	1	-	-	1	1	-	-	2	-
Indice Orari MKT	14	-3	-9	6	-6	5	7	6	2	11

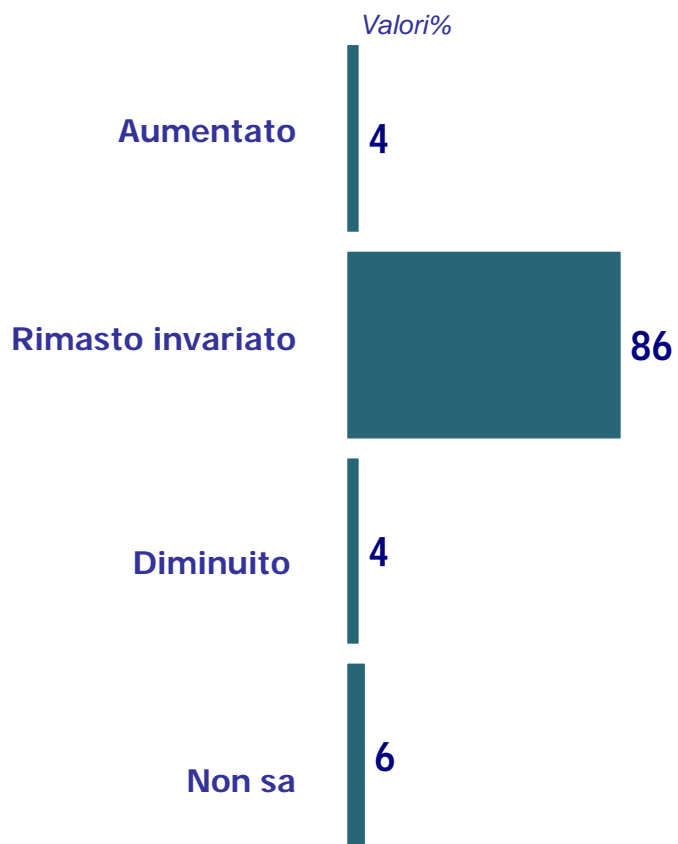
Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Orari di apertura al pubblico – totale Italia



Dom. 12 E direbbe che il numero TOTALE di GIORNI di apertura al pubblico del suo studio è...



Base: totale soggetti liberalizzati (244)

Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 12 E direbbe che il numero TOTALE di GIORNI di apertura al pubblico del suo studio è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	2	4	5	7	7	6	3	6	5	-
Rimasto invariato	89	87	77	89	82	86	89	85	88	89
Diminuito	1	9	5	1	6	3	3	4	3	-
Non sa	8	-	13	3	5	5	5	5	4	11

Base: totale soggetti liberalizzati (244)

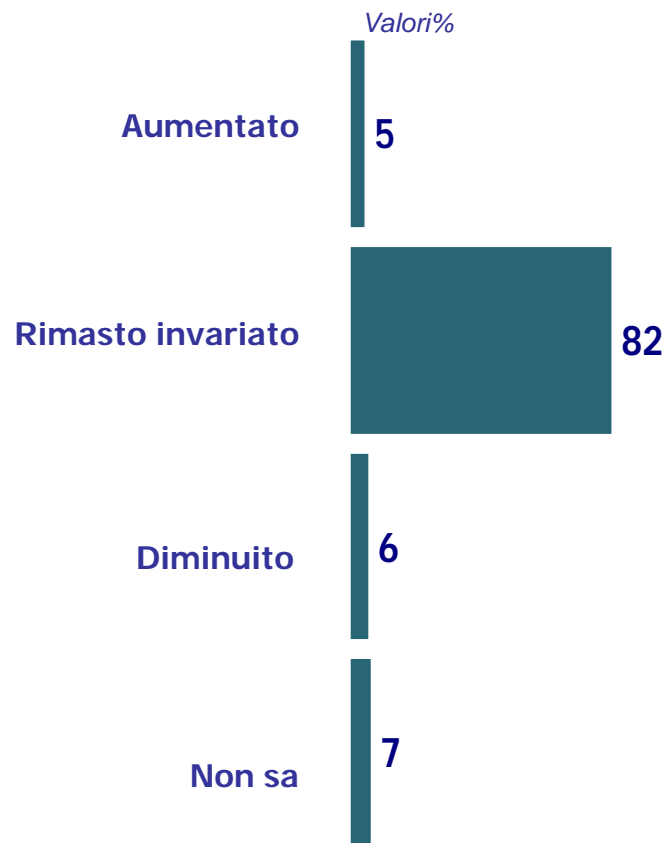


Orari di apertura al pubblico

– totale Italia



Dom. 14 Rimanendo sempre in tema di orari di apertura al pubblico, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il suo studio professionale ha aumentato, diminuito o mantenuto invariato il numero di APERTURE SERALI?



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 14 Rimanendo sempre in tema di orari di apertura al pubblico, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il suo studio professionale ha aumentato, diminuito o mantenuto invariato il numero di APERTURE SERALI?

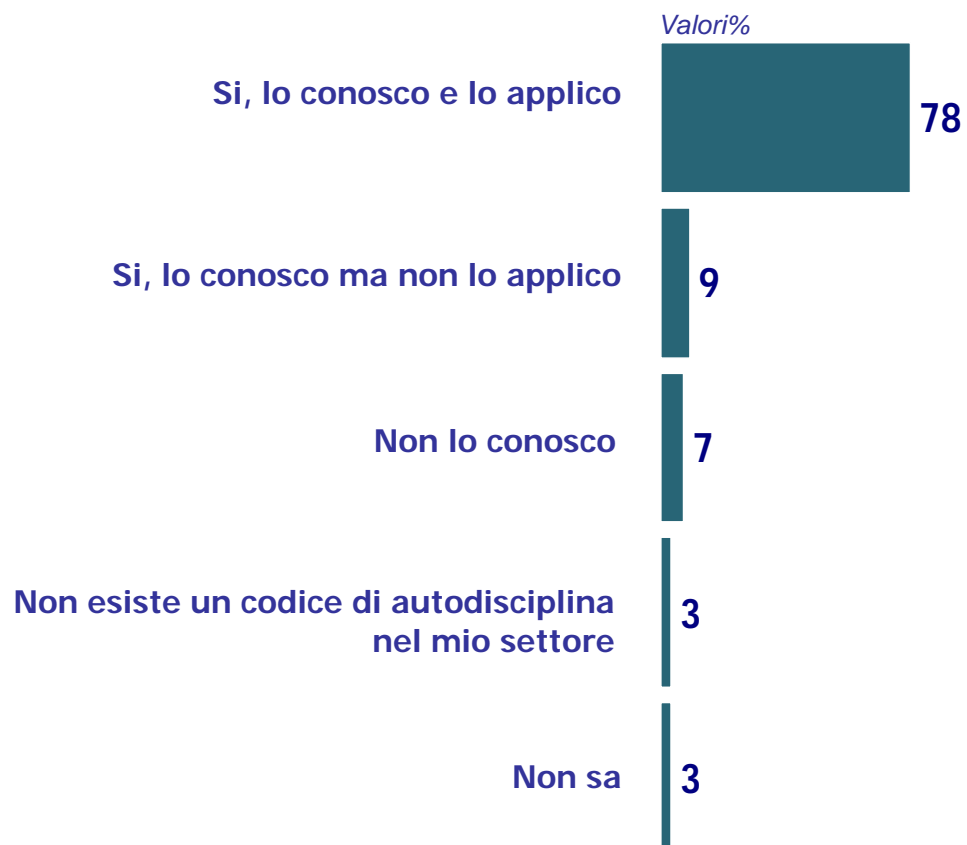
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	3	4	4	7	5	5	5	3	8	7
Rimasto invariato	84	81	83	82	79	85	82	82	80	89
Diminuito	4	10	6	6	8	5	6	7	7	-
Non sa	9	5	7	5	8	5	7	8	5	4

Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Il codice di autodisciplina – totale Italia

Dom. 15 Lei conosce il codice di autodisciplina per i professionisti del suo stesso settore?



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Il codice di autodisciplina

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 15 Lei conosce il codice di autodisciplina per i professionisti del suo stesso settore?

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Conosco e applico	83	82	77	74	84	76	74	73	81	95
Conosco ma non applico	6	3	10	12	3	11	13	10	7	5
Non conosco	6	12	7	5	6	5	10	10	5	-
Non esiste	-	2	3	5	2	4	1	4	2	-
Non sa	5	1	3	4	5	4	2	3	5	-

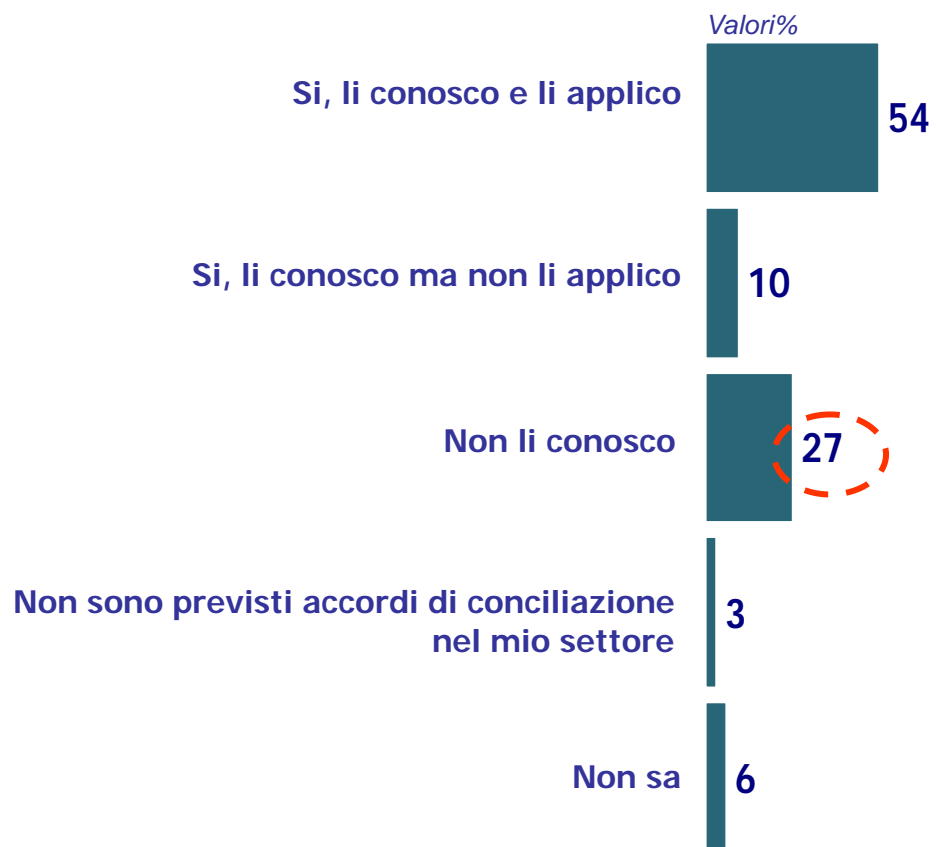
Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Gli accordi di conciliazione

– totale Italia

Dom. 16 Lei conosce gli accordi di conciliazione applicati dai professionisti del suo stesso settore?



Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Gli accordi di conciliazione

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 16 Lei conosce gli accordi di conciliazione applicati dai professionisti del suo stesso settore?

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Conosco e applico	67	59	48	45	52	53	53	49	55	72
Conosco ma non applico	6	7	21	10	5	10	19	13	7	7
Non conosco	16	23	19	40	28	25	22	28	29	13
Non esiste	5	3	5	2	4	3	4	3	6	-
Non sa	6	8	7	3	11	9	2	7	3	8

Base: totale soggetti liberalizzati (244)



Osservazioni dell'intervistatore

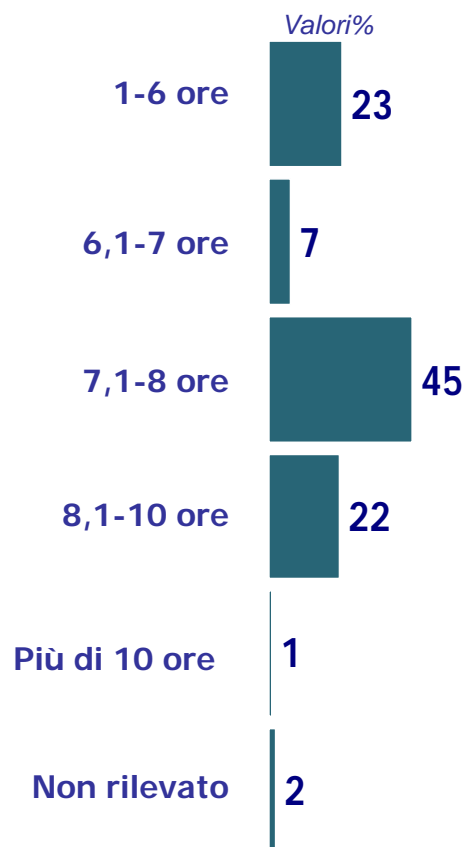
*Osservazioni effettuate dagli intervistatori sugli orari di apertura
e sui prezzi di alcuni prodotti*



Osservazione oggettiva: ore totali apertura al pubblico – totale Italia



O1 – Registrare il numero di ORE TOTALI GIORNALIERE di apertura al pubblico (consultare orario esposto)



Base: Totale osservazioni intervistatori (244)



Osservazione oggettiva: ore totali apertura al pubblico – analisi per le principali variabili territoriali



O1 – Registrare il numero di ORE TOTALI GIORNALIERE di apertura al pubblico (consultare orario esposto)

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
1-6 ore	16	17	12	36	37	18	21	27	18	11
6,1-7 ore	1	14	7	8	14	5	9	6	11	4
7,1-8 ore	58	58	42	31	30	50	38	43	51	42
8,1-10 ore	21	7	35	23	16	24	27	21	17	38
piu' di 10 ore	2	1	3	-	2	-	5	2	1	-
Non Indica	2	3	1	2	1	3	-	1	2	5

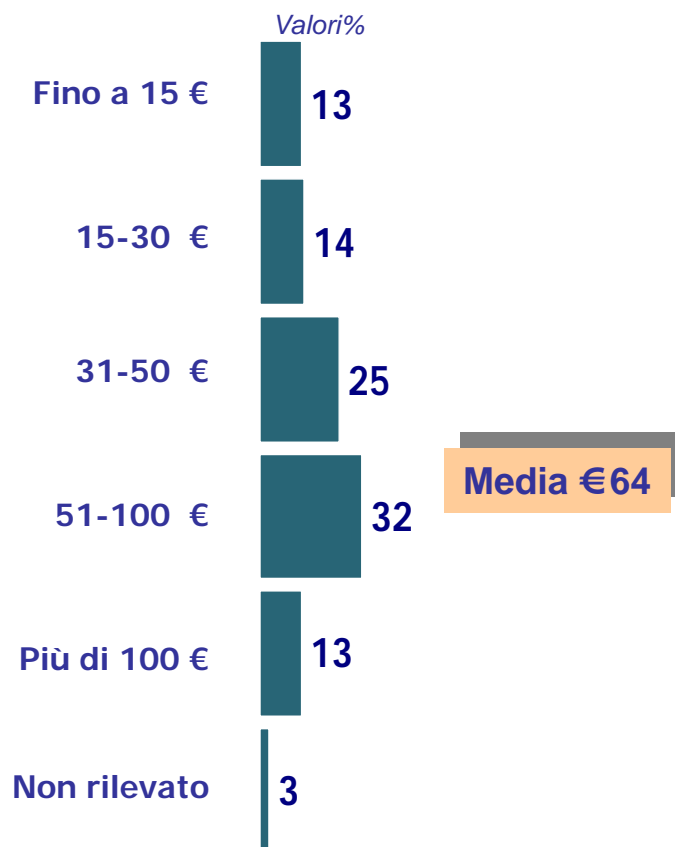
Base: Totale osservazioni intervistatori (244)



Osservazione oggettiva: prezzi applicati

– totale Italia

P1 – Indicare il prezzo per un'ora di consulenza effettuata dal professionista



Base: Totale osservazioni intervistatori (244)



Osservazione oggettiva: prezzi applicati

– analisi per le principali variabili territoriali

P1 – Indicare il prezzo per un'ora di consulenza effettuata dal professionista

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Fino a 15 Euro	17	4	7	17	22	14	3	11	14	13
15-30 Euro	7	11	12	22	22	14	10	15	14	12
31-50 Euro	21	39	25	21	22	30	19	29	20	19
51-100 Euro	39	25	48	22	25	24	49	28	33	50
piu' di 100 Euro	12	17	8	14	9	15	15	15	12	6
Non Indica	4	4	-	4	-	3	4	2	7	-

Base: Totale osservazioni intervistatori (244)



Indici e aree tematiche



Riepilogo indici e aree tematiche

– totale Italia

Benchmark
sui 10 mercati





Riepilogo indici e aree tematiche

– analisi per le principali variabili territoriali

	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale-	Periferica
PUBBLICITA'	34	53	22	18	8	7	3	21	42	43
OFFERTA	10	7	20	-27	-3	-13	0	-5	-17	33
ORARI	14	-3	-9	6	-6	5	7	6	2	11
CONTRATTI	-6	7	8	-19	-7	-11	-11	-5	-18	12
TRASPARENZA	-8	9	0	-12	-3	-8	-5	2	-17	5
CUSTOMER CARE	-9	12	-15	-12	-15	-8	-8	-6	-20	9
PREZZI	-16	-2	3	-19	-6	-17	-13	-1	-25	-9



Considerazioni sul DL. Bersani sulle privatizzazioni



Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani/1

PRINCIPALI CITAZIONI

Valori %

VALUTAZIONI POSITIVE (GRAN NET)	26
IN GENERALE (NET NET)	20
<i>Concorrenza (net)</i>	12
Citazioni generiche (subnet)	5
Prezzi/tariffe/costi (subnet)	4
Trasparenza nelle tariffe	3
Licenze (subnet)	2
Professionalita' (subnet)	2
Oneri/spese (subnet)	0,4
<i>Commenti generici (net)</i>	8
Aumento dei controlli (multe)	3
Migliora la qualita' dell'offerta	2
<i>Maggiore attenzione/tutela consumatore/cliente (net)</i>	4
Offre una maggiore tutela/protezione al consumatore	3
<i>Procedure amministrative/(net)</i>	2
Snellimento/semplificazione iter burocratico (subnet)	2
<i>Aspetti economici in generale (net)</i>	2
Sviluppo economico (subnet)	2

SETTORI ECONOMICI SPECIFICI (NET NET)	8
<i>Servizi professionali (net)</i>	8
Eliminazione delle tariffe minime/minimi contrattuali	5
Regolamentazione iniziative pubblicitarie	2
Miglior distribuzione del lavoro	2
Riduzione compensi/onorari	2

VALUTAZIONI NEUTRALI (GRAN NET)	27
Nessun cambiamento/tutto come prima	20
Gli effetti si faranno sentire in futuro/piu' avanti	5

Base: totale intervistati (244)



Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani/2

Dom. 18 Pensando in modo specifico al decreto Bersani sulle liberalizzazioni, secondo lei quali sono state le principali conseguenze nella situazione nell'ambito del settore dei servizi professionali nella sua zona? (risposta spontanea)

VALUTAZIONI NEGATIVE (GRAN NET)	52
IN GENERALE (NET NET)	50
<i>Concorrenza (net)</i>	33
Prezzi/tariffe/costi (subnet)	22
Eccessiva concorrenzialita' nei prezzi/prezzi troppo bassi	5
Eliminazione del tariffario minimo	11
Riduzione dei compensi professionali	8
Citazioni generiche (subnet)	11
Concorrenza selvaggia/Competitivita' esagerata	8
Professionalita' (subnet)	7
Dequalificazione della figura professionale	6
Oneri/spese/tasse (subnet)	4
Aperture eccessive (subnet)	0,2
<i>Commenti generici (net)</i>	29
Piu' confusione/caos/disorganizzazione	12
Va a discapito della qualita' di offerta	10
E' un decreto negativo/non e' giusta la liberalizzazione	5
Ha peggiorato lo stato attuale delle cose	4
Mancanza di trasparenza/chiarzza	4
<i>Procedure amministrative/(net)</i>	6
Procedure piu' complicate	5
<i>Aspetti economici in generale (net)</i>	4

Non sa / Non indica **6**

PRINCIPALI CITAZIONI

Valori %

SETTORE SPECIFICO: SERVIZI PROFESSIONALI (NET NET)	6
<i>Servizi professionali (net)</i>	6
Norme fiscali vigorose/pressante controllo fiscale/bisogna fatturare tutto	4
Problemi relativi ai pagamenti/sparisce il contante/solo assegni o bonifici	2
I professionisti hanno l'obbligo di apertura di un doppio conto	1

Base: totale intervistati (244)



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei servizi professionali/1

VALUTAZIONI POSITIVE

- *Nel mio settore sono stati abbassati i minimi tariffari e quindi ora viene premiata la professionalità.*
- *Orari più flessibili ed una differenziazione dei servizi offerti*
- *Non ho notato conseguenze particolari nella mia zona, non vedo particolari stravolgimenti rispetto al passato, il decreto per me è utile ad eliminare i privilegi di cui godevano alcune categorie.*
- *Nell'ambito dei dottori commercialisti ho notato che grazie al decreto Bersani c'è più trasparenza e maggiore concorrenza generando una maggiore professionalità ed una migliore redistribuzione del lavoro professionale*
- *Il decreto Bersani è ottimo per il controllo fiscale*
- *Una maggiore tranquillità da parte dei clienti*
- *In passato alcuni professionisti guadagnavano senza fatturare: ora questo non è possibile perché tutto viene indicato nell'atto notarile e tutti i pagamenti delle parcelle vanno effettuati solo con assegno o bonifico e non in contanti; c'è un maggior controllo ovunque*
- *Con il decreto Bersani si ha un inizio positivo perché crea oltre alla concorrenza anche dei posti di lavoro.*
- *Tale decreto ha migliorato la possibilità di aprire un'attività senza condizioni troppo proibitive, nel contempo sta favorendo troppo le grandi imprese a discapito di quelle piccole.*
- *I vantaggi presumibili enunciati dal decreto bersani sono minimi nel contesto socio-economico, in quanto trattasi di un'economia piuttosto stagnante che bisognerebbe di interventi legislativi più mirati per rilanciarsi adeguatamente. Il mio giudizio sul decreto è comunque moderatamente positivo e mi auguro che possa essere seguito da ulteriori interventi legislativi.*
- *Sicuramente un vantaggio tariffario per l'utente casuale, che non si trova in condizione di dover usufruire in modo continuativo di consulenze professionali, e quindi può usufruire di tariffe più concorrenziali e maggiormente trasparenti, mentre per quanto riguarda i servizi professionali e interprofessionali nel settore ci si trova al punto precedente nella casistica dei contratti già stipulati e nelle collaborazioni consolidate. Ha lievemente migliorato anche in questo caso la situazione dell'utente, peggiorando di conseguenza la nostra capacità di contrattazione, trovandoci in una situazione di continua monitoraggio dell'offerta sul prodotto legale offerto.*



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei servizi professionali/2

VALUTAZIONI NEGATIVE

- *Maggiore incidenza di lavoro dovuta a introduzione di nuovi obblighi tributari e fiscali: presentazione elenco clienti e fornitori, ravvicinamento scadenze del modello unico, modello 730 e 770. C'è più burocrazia.*
- *è una manovra assolutamente negativa, un criterio di questo governo è di favorire multinazionali , banche , a danno di tutti gli altri, l'intenzione è di tagliare le gambe a istituti non grandi, non strutturati in modo aziendale, a vantaggio di grandi studi all'americana..*
- *Si è diventati più fiscali*
- *La trovo una situazione abbastanza ambigua. Da un lato tutto il sistema è migliorativo per la trasparenza, per la libertà, dall'altro lato è peggiorativo perché non c'è più la possibilità di lavoro di scambio tra noi professionisti perché per qualunque cosa si è costretti a fare fattura e tutto non è più come prima in particolare nel mio settore e in particolare in un piccolo centro come il mio.*
- *Complicazioni burocratiche varie, nella gestione spicciola dello studio: vedi pagamenti di onorari di importo superiore a 1.000 euro che devono essere effettuati o tramite assegno o tramite bonifico bancario*
- *Conseguenze negative al massimo, perché devo anticipare dei soldi su un reddito non percepito*
- *In teoria c'è stato un aumento della concorrenza anche se il mio studio non ne ha risentito. C'è stato un aumento, negativo per noi avvocati, dei costi bancari della necessaria maggiore movimentazione del conto corrente.*
- *Troppa burocrazia, troppi oneri e tassi per chi deve avviare un'attività e portarla avanti. Per un giovane è un serio problema . Al sud i problemi sono triplicati a differenza del nord.*
- *Troppo presto per valutare le conseguenze, anche se ritengo che non sia una riforma che possa migliorare la situazione nell'ambito della mia professione*
- *L'informazione che è stata data è del tutto sbagliata, perché il messaggio che è arrivato ai cittadini è stato di uguagliarci a dei commercianti. Ha fatto passare la categoria degli avvocati come dei furbacchioni. Non ha certo dato nessun miglioramento al cittadino togliendo l'obbligatorietà del minimo. L'onestà e la professionalità di un avvocato non è legata a questo, né alle forme di pubblicità distorte che hanno voluto dare! Un avvocato onesto e professionale lo rimane comunque anche senza decreto Bersani.*



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei servizi professionali/3

VALUTAZIONI NEGATIVE

- *La legge Bersani ha avuto una conseguenza negativa, perché la norma è eludibile, ha creato molta competitività ma il livello qualitativo si è di molto abbassato.*
- *Le conseguenze sono state quelle di aumentare la confusione tra i professionisti, diminuire drasticamente la qualità globale del lavoro, nel senso che per accaparrarsi una consulenza si abbassano notevolmente i prezzi, creando sì maggiore concorrenza ma a discapito della qualità globale del lavoro e della professionalità.*
- *C'è molta burocrazia per quanto riguarda i documenti che la gente deve fare prima di assumere qualcuno. Bisogna snellire le procedure.*
- *Il decreto Bersani nasce su propositi giusti e validi se applicato correttamente, ma come succede per molte leggi le sfaccettature sono numerosissime ed interpretabili in tanti modi, fuorviando così la giusta applicazione del decreto stesso a tal punto che gli effetti che sarebbero dovuti essere positivi sono diventati negativi. Secondo me invece di un ampliamento dell'Economia, stiamo ottenendo un suo restringimento con la creazione di un divario enorme tra ricchi che si arricchiscono sempre di più e poveri che s'impoveriscono sempre di più.*
- *Il decreto avrebbe dovuto creare non solo la concorrenza con conseguente ribasso dei prezzi ma doveva anche creare un circuito economico maggiore che di fatto non c'è stato. Anche nell'ambito dei servizi vedo che non essendoci una piattaforma economica i costi in qualsiasi settore non sono affatto diminuiti. Questo non si è verificato anche se le intenzioni erano buone.*
- *Conseguenze negative: il decreto Bersani ha modificato le tariffe solo a vantaggio di gruppi forti come banche e assicurazioni, non dei privati cittadini che non hanno potere contrattuale. Prima c'era un minimo contrattuale sotto cui non si poteva scendere, ora non più. Grande risparmio per banche e assicurazioni, non per i privati.*



Commento



Commento

In generale, nonostante la percezione preponderante rilevi una **sostanziale stabilità** su tutte le aree esaminate, gli indicatori sulle macro aree tematiche mostrano complessivamente un sensibile peggioramento percepito nel settore nel suo complesso.

Rispetto al benchmark totale (che tiene in considerazione tutti i mercati analizzati) le aree in cui si registra una percezione meno positiva riguardano l'ambito più strettamente *correlato alla gestione pratica del mercato e cioè i contratti, i prezzi e la customer care*.

Moderatamente in rialzo orari di apertura e iniziative pubblicitarie, coerentemente con il benchmark a totale mercato.

SETTORE DI ATTIVITA' IN GENERALE

Entrando più nel dettaglio dei singoli aspetti relativi al settore servizi professionali in generale, in relazione **all'offerta** nel suo complesso, gli intervistati mostrano qualche riserva in particolare per ciò che attiene alla **qualità**. Una quota pari al 25% del campione dichiara infatti che il livello qualitativo ha subito un peggioramento (in particolare nei grandi centri).

Venendo ai **prezzi**, sebbene non si registrino differenze significative in relazione alla trasparenza, sul **livello** dei prezzi applicati si riscontra un lieve peggioramento, lamentato dal 24% del campione (probabilmente legato all'abolizione delle tariffe minime ed alla eccessiva concorrenzialità).

Il settore dei servizi professionali **non sembra** essere particolarmente **influenzato dalle iniziative pubblicitarie**: oltre due intervistati su cinque dichiarano che la situazione – rispetto all'anno passato – è sostanzialmente **stabile** e per circa il 30% le iniziative di comunicazione non sono pratiche effettuate nel settore dei servizi professionali.



Commento

E' tuttavia riscontrabile un certo "dinamismo" poiché la quota di coloro che percepiscono un aumento di iniziative pubblicitarie supera di 4 punti percentuali quella di coloro che dichiarano una diminuzione.

Per ciò che attiene agli orari di apertura settimanali la situazione si mantiene invariata rispetto al passato.

Una valutazione meno positiva, pur restando in un ambito di stasi, si registra per la gestione dei reclami della clientela: a fronte di un 8% che percepisce un miglioramento, il 12% del campione lamenta un peggioramento (in particolare al centro e nelle zone semicentrali).

LA PROPRIA ATTIVITA' PROFESSIONALE

Per quanto riguarda la **propria attività professionale** gli intervistati evidenziano **valutazioni maggiormente positive** rispetto a quelle rilasciate sul mercato in generale. Ad esempio, nell'ambito **dell'offerta** (sia per la qualità che per ampiezza dei servizi offerti) circa un terzo del campione dichiara un trend positivo rispetto all'anno scorso (contro solo il 17% in media che si mostrava favorevole in relazione al mercato in generale).

Trend positivo che si conferma anche per i **prezzi** in generale (con particolare riferimento alla trasparenza).

Sugli orari di apertura settimanali, analogamente a quanto registrato per il totale mercato, anche la valutazione sulla propria attività si mantiene invariata, con alcune lievi differenziazioni territoriali e per ampiezza centri.



Commento

Sui rapporti col pubblico, in particolare in relazione agli accordi di conciliazione ed al codice di autodisciplina emergono alcune differenze. Se il codice deontologico è praticamente conosciuto ed applicato da tutti (78% a totale campione, con accentuazione al nord), gli accordi di conciliazione interessano poco più della metà degli intervistati (54%) e quasi 1 su tre (27%) dichiara di non conoscerli (in particolare al sud).

LE OSSERVAZIONI DELL'INTERVISTATORE

Le osservazioni degli intervistatori in relazione al totale ore di apertura giornaliera (rilevate tramite la consultazione dell'orario esposto, ove presente) descrivono una situazione piuttosto eterogenea.

Gli studi professionali visitati possono essere classificati in tre macro categorie: apertura al pubblico fino a 7h giornaliera (30%), da 7 a 8 h giornaliera (45%), oltre le 8h giornaliera (23%). A livello territoriale emergono alcune differenze, in particolare tra Nord e Sud.

In media, un'ora di consulenza di un professionista si aggira attorno a 64€; la fascia più elevata interessa poco più di un intervistato su 10 (13%), in particolare al nord est e nei grandi centri.