



Abstract indagine sulla contraffazione in Italia



ABSTRACT INDAGINE SULLA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA

Nell'ambito del Progetto **“IO NON VOGLIO IL FALSO”**, realizzato da ADICONSUM, in partnership con altre 7 Associazioni di Consumatori (Acu, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa Del Cittadino), con il finanziamento della Direzione Generale per la lotta alla contraffazione UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico, è stato realizzato un sondaggio per rilevare la percezione del fenomeno della contraffazione nei consumatori.

Il Progetto è finalizzato a realizzare congiuntamente varie azioni di sensibilizzazione sul territorio nazionale e ad incrementare la consapevolezza dei consumatori circa i rischi che il fenomeno della contraffazione presenta per la salute, gli interessi economici e la sicurezza del cittadino.

Il sondaggio d'opinione, effettuato dalla Società Field Service Italia S.r.l., mira non solo a quantificare il fenomeno degli acquisti contraffatti e a stabilire le modalità e i canali d'acquisto di tali prodotti da parte del consumatore, ma anche ad individuare i prodotti maggiormente acquistati, a verificare la consapevolezza dei rischi personali che si corrono con questo tipo di acquisti e a constatare la consapevolezza circa i danni economici causati attraverso queste spese, attraverso la somministrazione di questionari in tre diversi periodi.

Il presente studio analizza i dati rilevati relativi alla I Fase.

Metodologie di rilevamento

I FASE: realizzazione di 4.000 interviste telefoniche CATI (*Computer Assisted Telephone Interviews*) ad un campione rappresentativo della popolazione italiana.

II FASE: messa in rete di un questionario analogo a quello utilizzato per le interviste telefoniche, che verrà auto-compilato dai consumatori.

III FASE: realizzazione di 1000 interviste telefoniche CATI ad un campione rappresentativo della popolazione Italiana.

Campione

Il campione di riferimento utilizzato di 4000 intervistati, stesa sulla base dell'ultimo censimento ISTAT del 2001, è statisticamente rappresentativo della popolazione italiana per sesso, età (tra i 18 e i 75 anni), area geografica e ampiezza demografica.

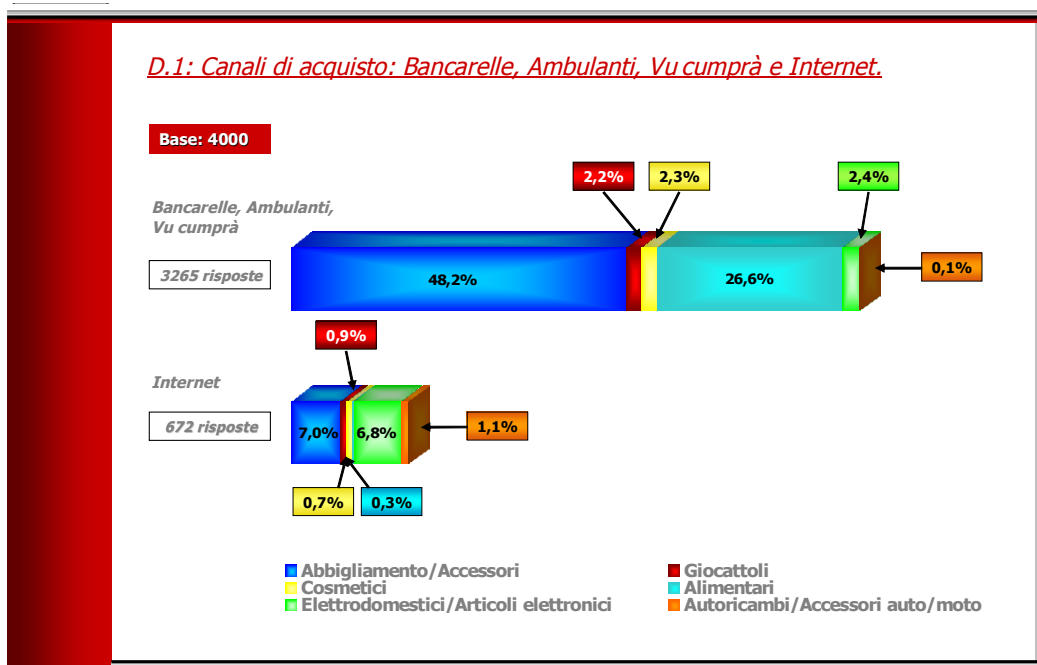
Strumento di rilevazione

E' stato utilizzato un questionario ad hoc, composto da domande con risposta a scelta multipla su scala Likert a 4 passi, somministrato ad un totale di 4000 soggetti, tramite interviste telefoniche.

Principali risultati ottenuti

I risultati ottenuti sono molto interessanti e di grande stimolo.

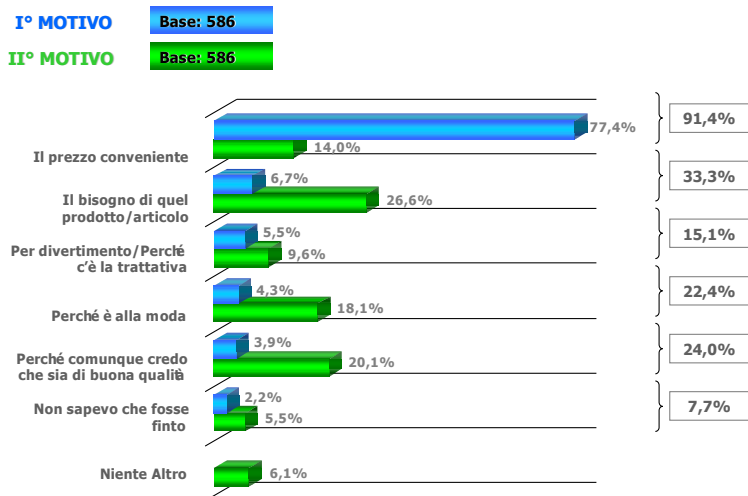
Senza analizzare tutti i canali d'acquisto utilizzati abitualmente dagli intervistati per ogni genere di prodotto, lo studio ha posto l'attenzione solo verso quelli ritenuti come i più probabili distributori di merce contraffatta, vale a dire le bancarelle, gli ambulanti e i *vu cumprà*, e *internet*, rilevando una concentrazione di acquisto in particolare di prodotti di abbigliamento e di accessori.



L'abbigliamento, in senso lato, (pelletteria, abiti, biancheria intima, ecc.) è la categoria di prodotti più acquistata. E solo su sollecitazione l'intervistato dichiara di aver acquistato DVD/CD pirata, profumi, bigiotteria e alimenti. Il fatto che questi prodotti siano dichiarati solo a seguito di sollecitazione del ricordo fa ritenere che il consumatore non percepisce più l'irregolarità del suo acquisto in quanto, per abitudine, considera l'esistenza di quel canale di vendita come un canale ordinario.

Il prezzo come stimolo all'acquisto del contraffatto (82,3%) è rafforzato dalla dichiarazione del consumatore di non riscontrare significativa differenza di qualità con l'originale. Il 72,9% dei rispondenti non si sente in colpa nei confronti del fisco, né per aver alimentato gli interessi della malavita organizzata, né per aver danneggiato l'economia e il mercato, ma guarda solo alla propria convenienza.

D.5: Motivi di acquisto di prodotti contraffatti.



6

Infatti chi dichiara di aver acquistato merce contraffatta dichiara anche che ne è soddisfatto e che ripeterà questa scelta (71,2%). Il trend è generalmente stabile negli ultimi 2 anni e nelle intenzioni di comportamento futuro.

D.6: Acquisto in futuro di prodotti contraffatti.

Base: 586

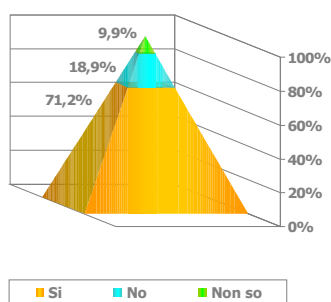
Evidenze della risposta "SI".

Base: 417

Dato Nazionale 71,2%

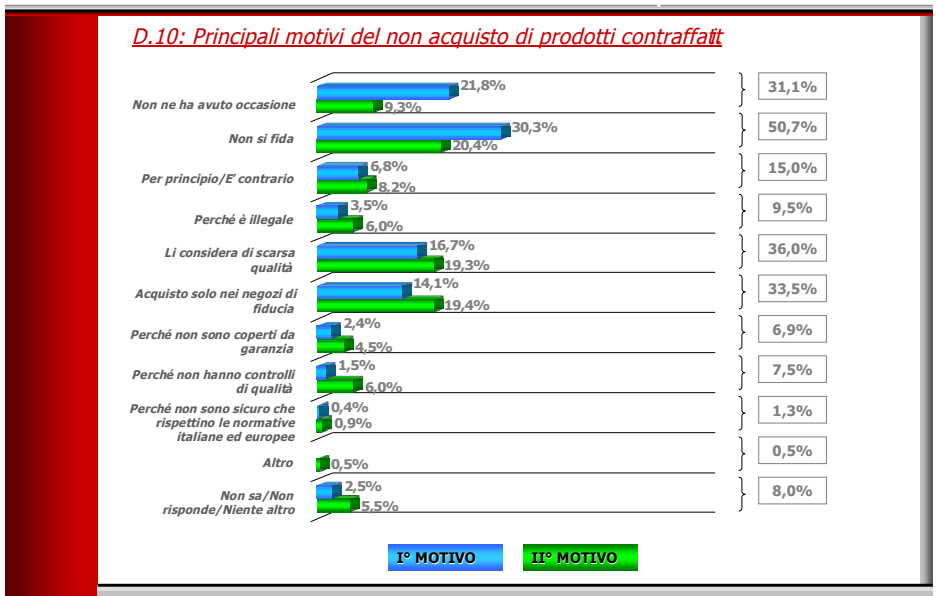
Superiore al dato nazionale

Inferiore al dato nazionale



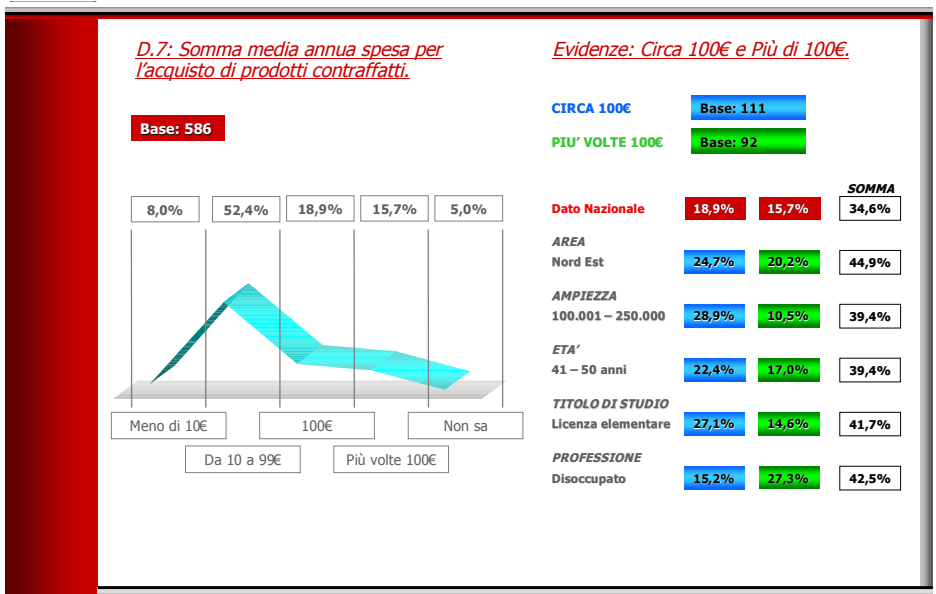
AREA	Centro	76,9%
	Nord Ovest	67,3%
AMPIEZZA	Più di 250.000	73,6%
	100.001 - 250.000	63,2%
ETA'	da 18 a 25 anni	78,9%
	da 26 a 40 anni	63,9%
TITOLO DI STUDIO	Scuola secondaria di I° grado	77,5%
	Laurea	60,7%
PROFESSIONE	Disoccupato	84,8%
	Imprenditore, Quadro, Dirigente, Funzionario	62,5%

Peculiare è che, comunque, il numero degli intervistati che ha ammesso l'acquisto di prodotti contraffatti è sicuramente in difetto. Infatti solo 586 intervistati su 4000, pari al 14,65% del campione, si è dichiarato acquirente di questi prodotti. Ma se pensiamo che il 90% di costoro è consapevole di commettere un reato nel fare l'acquisto di un falso capiamo perché siano così poche le persone che si "auto-denunciano".



Oltre la metà dei rispondenti dichiara una somma oscillante tra qualche decina di euro e meno di cento euro quale impegno economico distratto verso il mondo della contraffazione. Da notare però che sommando le 2 ipotesi più alte (18,9% un centinaio di euro e 15,7% qualche centinaio di euro) otteniamo quasi il 35% di acquirenti che ammette di spendere oltre 100 € e più.

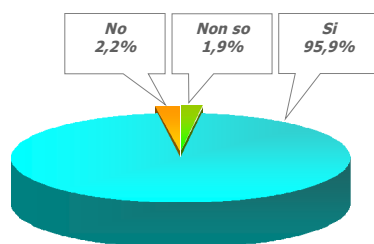
Queste percentuale giunge a sfiorare o a superare il 40 % nel Nord Est, nei comuni tra 100.001 e 250.000 abitanti, tra i 41 – 50 anni, nell’istruzione primaria e tra i disoccupati.



Tuttavia i consumatori intervistati dimostrano di essere a conoscenza dei potenziali rischi per la salute derivanti dall’acquisto e dall’uso di prodotti non originali nel 95,9% dei casi. Nonostante questo, rimane alta la percentuale di quanti si rivolgono al mercato del contraffatto. Interessante notare inoltre che anche tra coloro che dichiarano di non acquistare prodotti contraffatti la paura per la propria salute è una delle principali motivazioni.

D.16: Conoscenza del rischio per la salute.

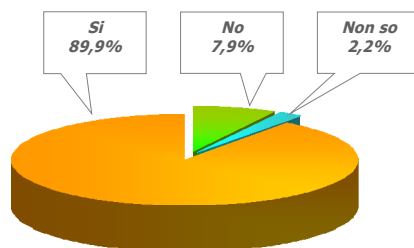
Base: 4000



E' stato rilevato che il 90% (con punte del 93% nel Nord Est e nel Nord Ovest) degli Italiani è a conoscenza del rischio di incorrere in sanzioni amministrative al momento in cui acquista prodotti contraffatti, ma che per il 'risparmio' che questi prodotti offrono è disposto a correre dei rischi sia pecuniari che di salute.

D.15: Sanzioni amministrative per gli acquirenti.

Base: 4000



AREA	{ Nord Ovest	93,2%
	{ Nord Est	93,0%
AMPIEZZA	Più di 250.000	92,3%
SESSO	Uomini	91,1%
ETA'	26 - 40 anni	92,0%

Dal sondaggio emerge che un sistema valido per sconfiggere il fenomeno della contraffazione potrebbe essere costituito dalla creazione ed immissione nel mercato di linee di prodotti originali/di marca a prezzi più accessibili (91,5%) oppure dalla riduzione dei prezzi dei prodotti originali (87,3%).

Gli intervistati ritengono anche che un buon deterrente potrebbe essere la punizione dei venditori di prodotti contraffatti (79,6%), ma non condividono l'iniziativa di punire anche chi li acquista (solo il 50%).

Ed è per questo motivo che anche se gli acquirenti di prodotti contraffatti sanno che la distrazione dei loro soldi verso questi prodotti provoca danno all'economia (70,9%) e alimenta la criminalità (78,8%) comunque continueranno ad acquistarli (71,2%).

Conclusioni e proposte

La ricerca evidenzia che ben il 90% dei consumatori intervistati (con punte del 93% nel Nord Est e nel Nord Ovest) è a conoscenza del rischio di incorrere in sanzioni amministrative al momento in cui acquista prodotti contraffatti e che quasi nel 96% dei casi è a conoscenza che i prodotti contraffatti possono essere dannosi per la salute. Quindi tutte le azioni svolte sino ad ora per sensibilizzare i consumatori sembrano aver avuto un forte effetto.

I consumatori indicano come possibili e validi sistemi per sconfiggere il fenomeno della contraffazione sia la creazione ed immissione nel mercato di prodotti originali/di marca a prezzi più accessibili (91,5%) oppure dalla riduzione dei prezzi dei prodotti originali (87,3%).

Gli intervistati ritengono anche che un buon deterrente potrebbe essere la punizione dei venditori di prodotti contraffatti (79,6%), ma non condividono l'iniziativa di punire chi li acquista (solo il 50%).

Il fattore economico (prezzo conveniente) domina fortemente tra le cause di acquisto di questi prodotti. Il 91,4% degli intervistati lo citano tra le motivazioni principali e il prezzo basso di questi prodotti risulta un fattore particolarmente importante soprattutto per le categorie più fragili e sensibili, come per i disoccupati e i meno istruiti. Ed è per questo motivo che anche se gli acquirenti di prodotti contraffatti sanno che la distrazione dei loro soldi verso questi prodotti provoca danno all'economia (70,9%) e alimenta la criminalità (78,8%) comunque continueranno ad acquistarli (71,2%). Per ben l'86% degli acquirenti di prodotti contraffatti il fenomeno è molto diffuso, infatti questi prodotti sono reperibili ovunque e per quasi il 70% è un acquisto diventato ormai "normale". Non a caso il 72,9% dei rispondenti non si sente in colpa nei confronti del fisco anche perché questi acquisti li fanno risparmiare (82,3%) e ne possono acquistare di più (61,6%).

A fronte di quanto emerso dalla ricerca le future campagne di sensibilizzazione che saranno realizzate dalle 8 Associazioni dei consumatori saranno improntate a far conoscere meglio rischi per la salute, il pericolo di incorrere in sanzioni pecuniarie, la complicità che si realizza con la malavita organizzata acquistando nei suoi canali, i danni per l'economia e per le nostre industrie di qualità, rendendo più consapevoli i consumatori delle differenze esistenti tra prodotti originali e contraffatti.

E' possibile consultare il rapporto di ricerca integrale sul sito www.adiconsum.it