



# Ministero dello Sviluppo Economico

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM

## *“La percezione della contraffazione tra i consumatori”*

Risultati dell'indagine frutto della collaborazione tra  
il Ministero dello Sviluppo Economico e 8 associazioni di consumatori:

Associazione Consumatori Utenti (ACU)

Associazione Difesa Consumatori e Ambiente (ADICONSUM)

Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori (ADOC)

Assoutenti

Centro per i Diritti del Cittadino (CODICI)

Federazione Nazionale Consumatori (FEDERCONSUMATORI) e Utenti

Movimento Consumatori

Movimento Difesa del Cittadino

I risultati illustrati sinteticamente di seguito riguardano la prima delle tre fasi in cui è suddivisa l'indagine e sono stati raccolti a seguito di un sondaggio realizzato tramite interviste a 4000 consumatori (interviste telefoniche condotte con metodologia CATI - Computer Assisted Telephone Interviews - ad un campione rappresentativo della popolazione italiana, per sesso, età, area geografica e ampiezza demografica).

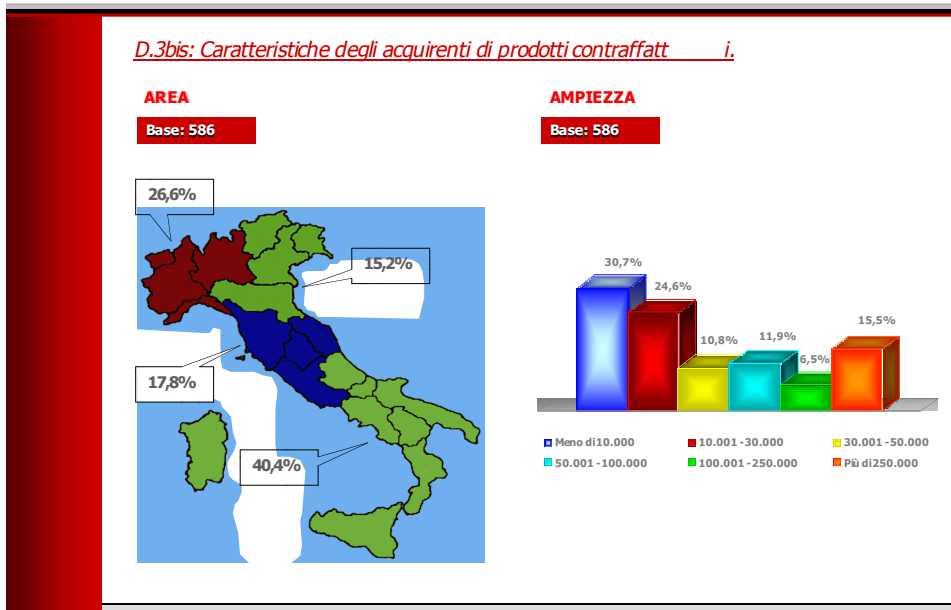
Il periodo di rilevazione (dicembre 2010 - gennaio 2011) è stato appositamente scelto in modo da poter studiare le abitudini degli acquirenti nel periodo natalizio, nonché rilevare i dati sulle modalità di acquisto in tempo di saldi.

L'indagine mette in luce alcuni aspetti dell'acquisto consapevole dei beni contraffatti da parte dei consumatori:

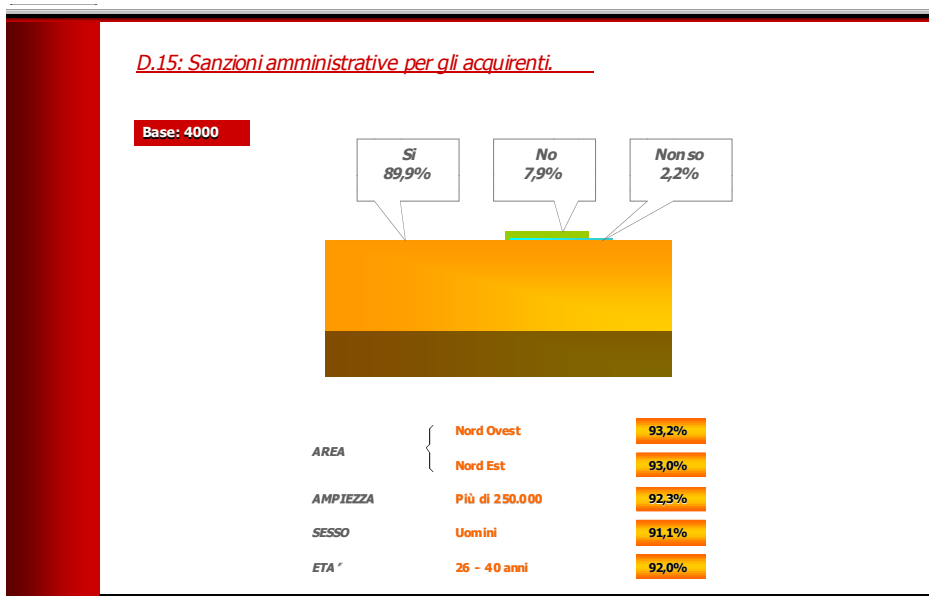
- la dimensione del fenomeno
- le modalità e i canali di acquisto di prodotti contraffatti
- le tipologie di prodotti maggiormente acquistati
- la consapevolezza dei rischi personali che si corrono
- la consapevolezza dei danni economici causati

## DIMENSIONE DEL FENOMENO

Solo il 14,65% del campione si è dichiarato acquirente di prodotti contraffatti (586 intervistati su 4.000):

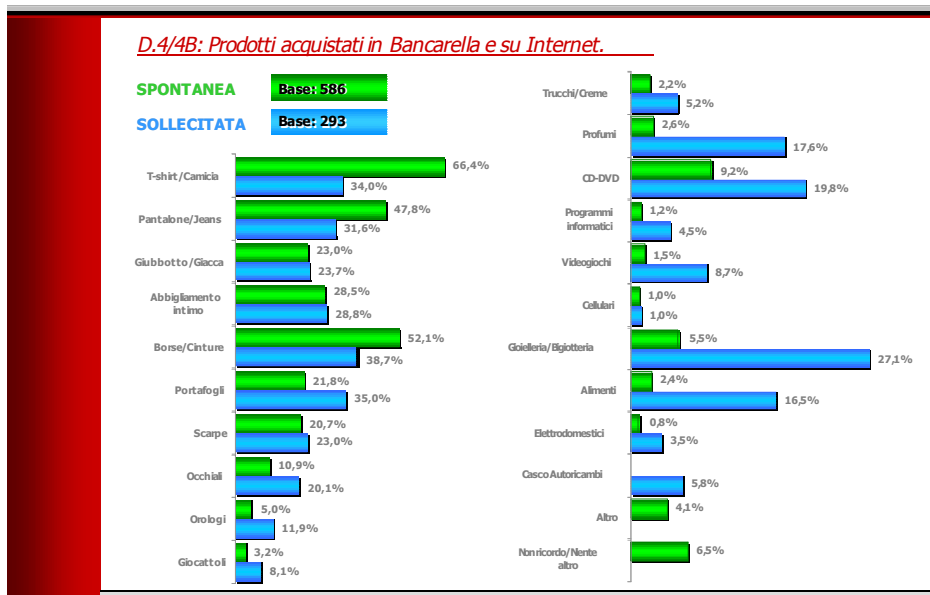


Il 90% del campione sa che comprare prodotti contraffatti è un reato:



## CANALE DI ACQUISTO

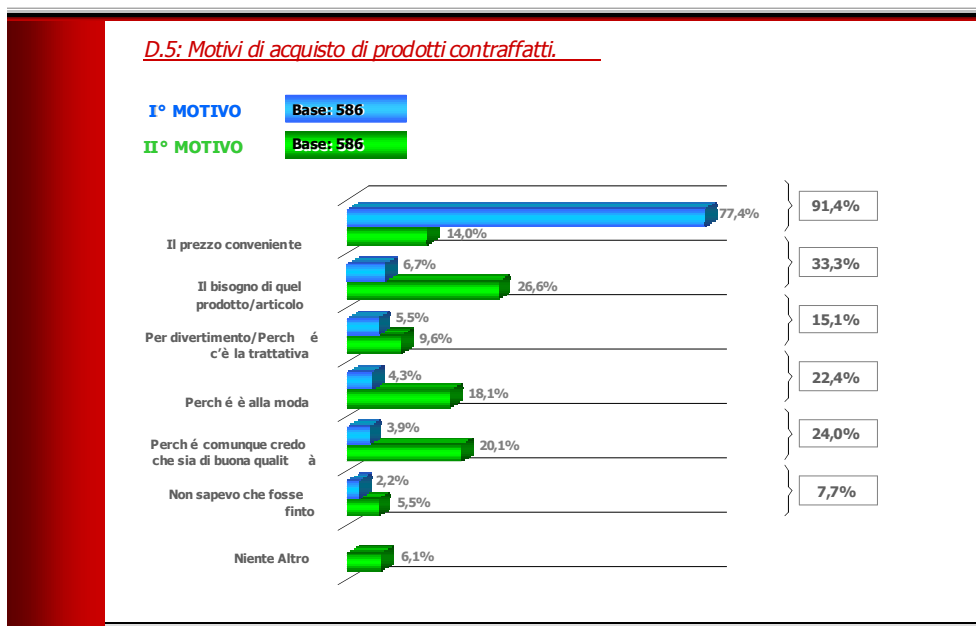
I prodotti contraffatti più acquistati sono capi di abbigliamento/accessori prevalentemente su bancarelle, ambulanti e presso "vu cumprà":



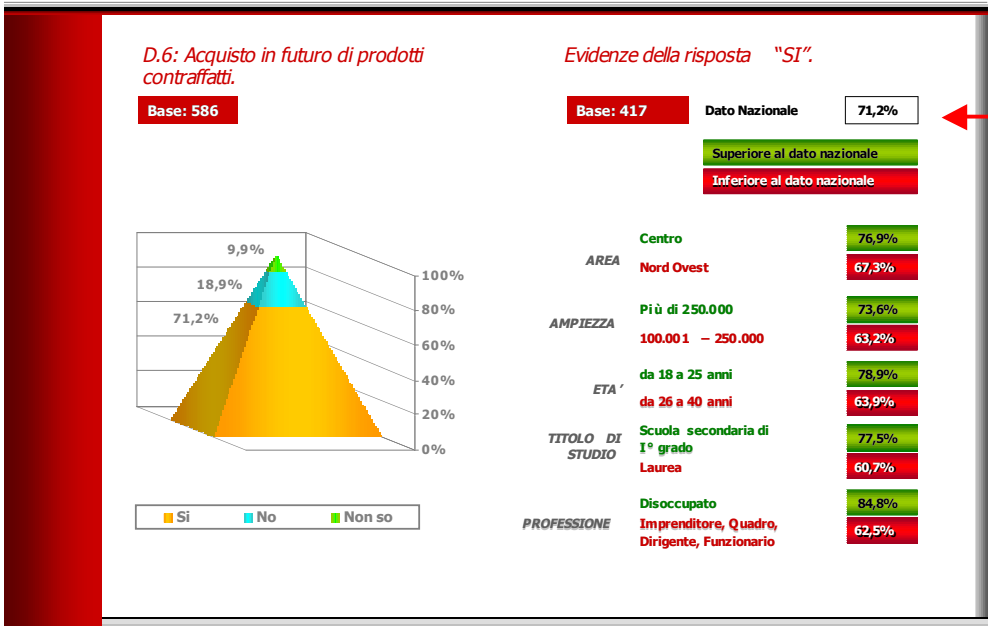
N.B.: l'acquisto di dvd/cd pirata è dichiarato solo su sollecitazione, e questo è interpretato come se il consumatore non percepisse più l'irregolarità del suo acquisto.

## MOTIVAZIONI ALL'ACQUISTO

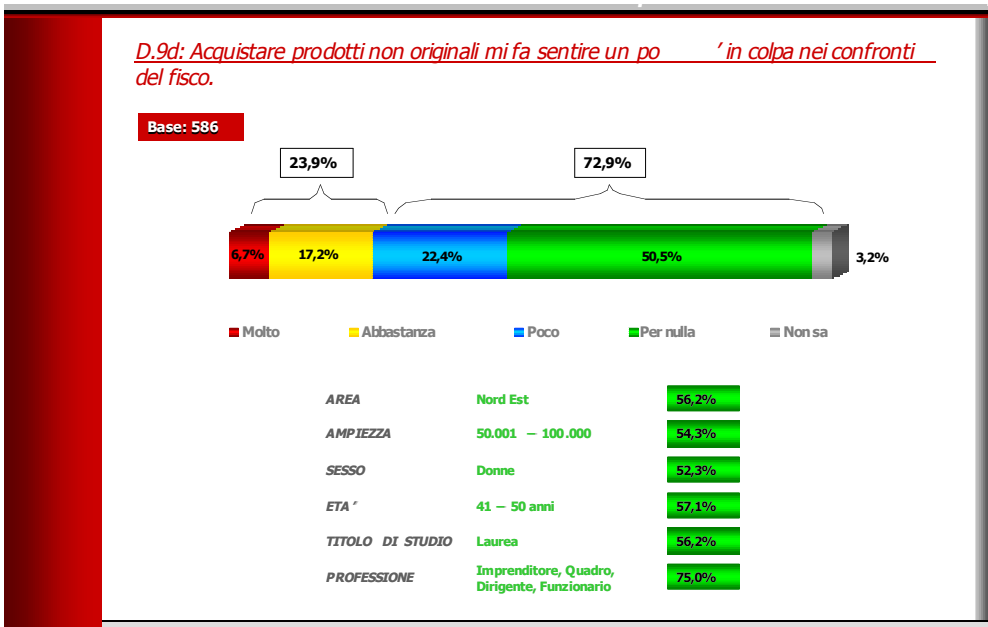
Il prezzo è il principale stimolo all'acquisto del contraffatto (91,4% lo dà come primo o secondo motivo):



Inoltre, l'acquirente dichiara di non trovare una significativa differenza di qualità con l'originale. Il 71,2% dichiara anzi che è soddisfatto di ciò che ha comprato e che ripeterà la scelta:

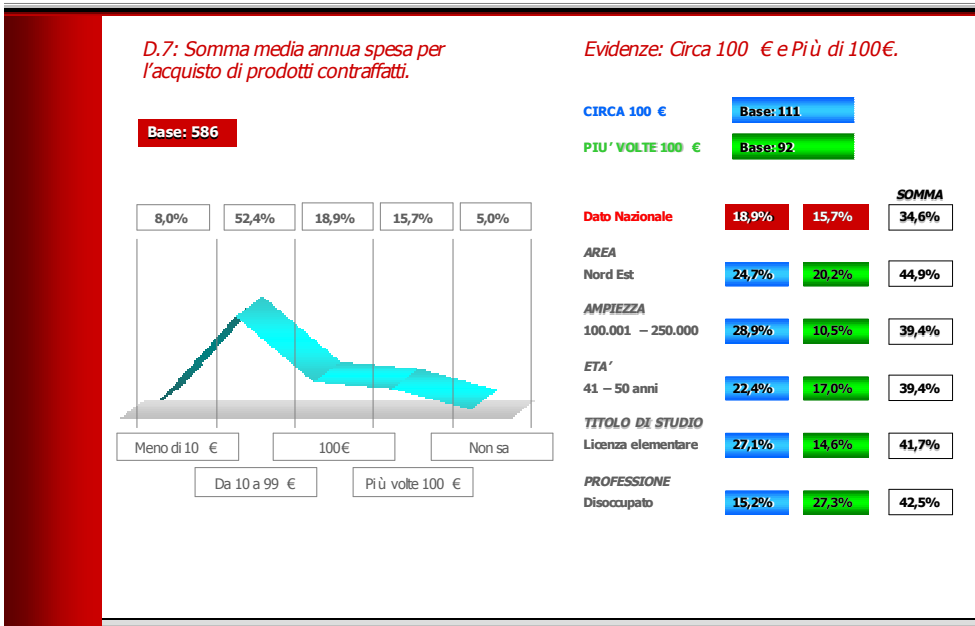


Il 72,9% infine non si sente in colpa nè nei confronti del fisco, nè per aver alimentato gli interessi della malavita organizzata, nè per aver danneggiato l'economia. Guarda solo la propria convenienza:



## LIVELLI DI SPESA

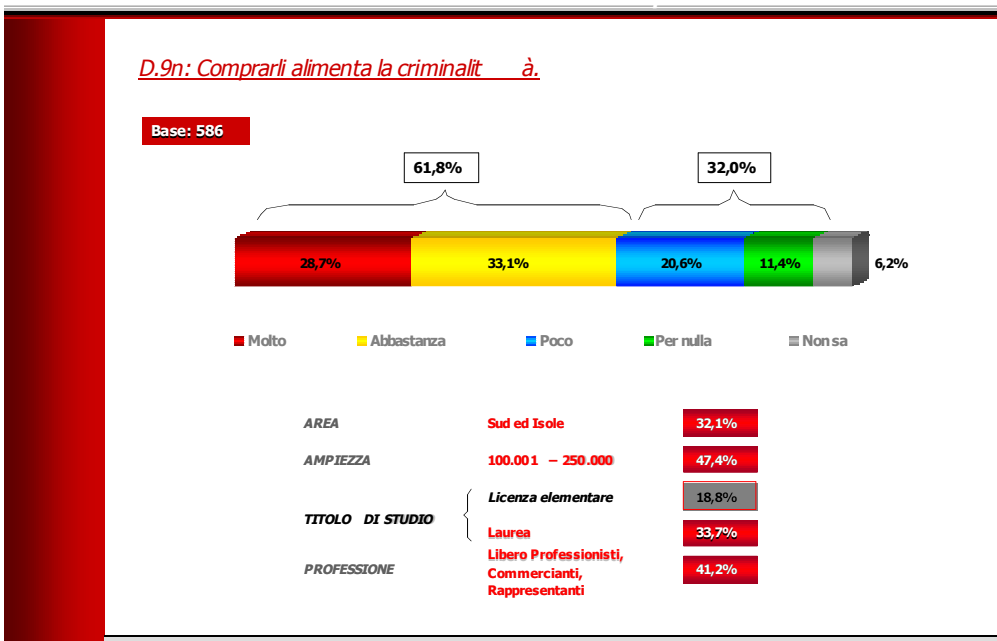
Oltre la metà dichiara una somma oscillante tra qualche decina di euro e meno di cento euro. Chi spende come minimo cento euro è il 35%:



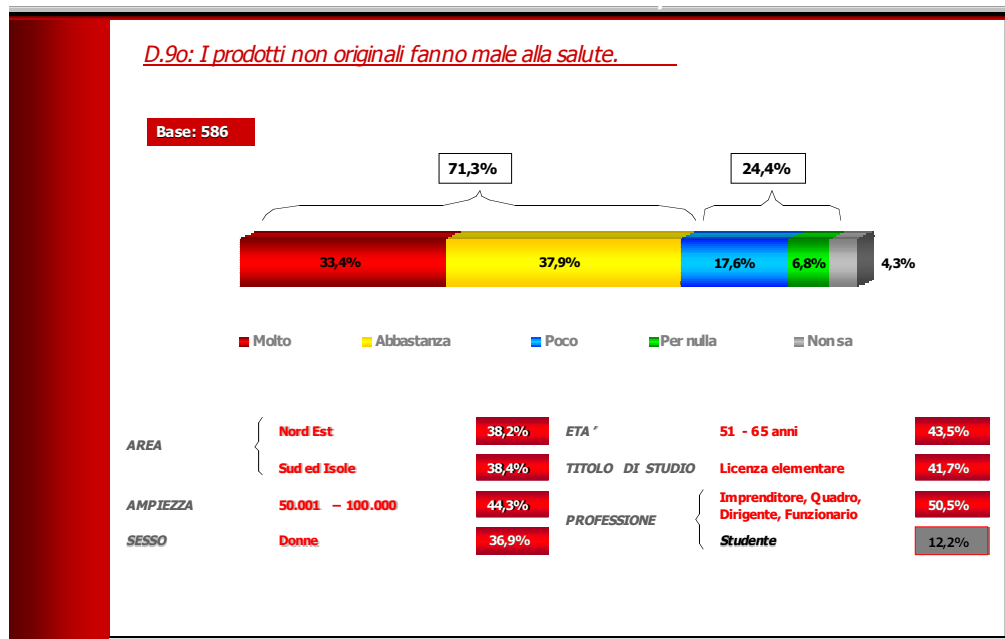
Quest'ultima percentuale sfiora e supera il 40% nel nord-est, nei comuni tra i 100.000 e i 250.000 abitanti, tra i 41-50 anni, nell'istruzione primaria e tra i disoccupati.

## CONSAPEVOLEZZA DEI RISCHI E DEI DANNI

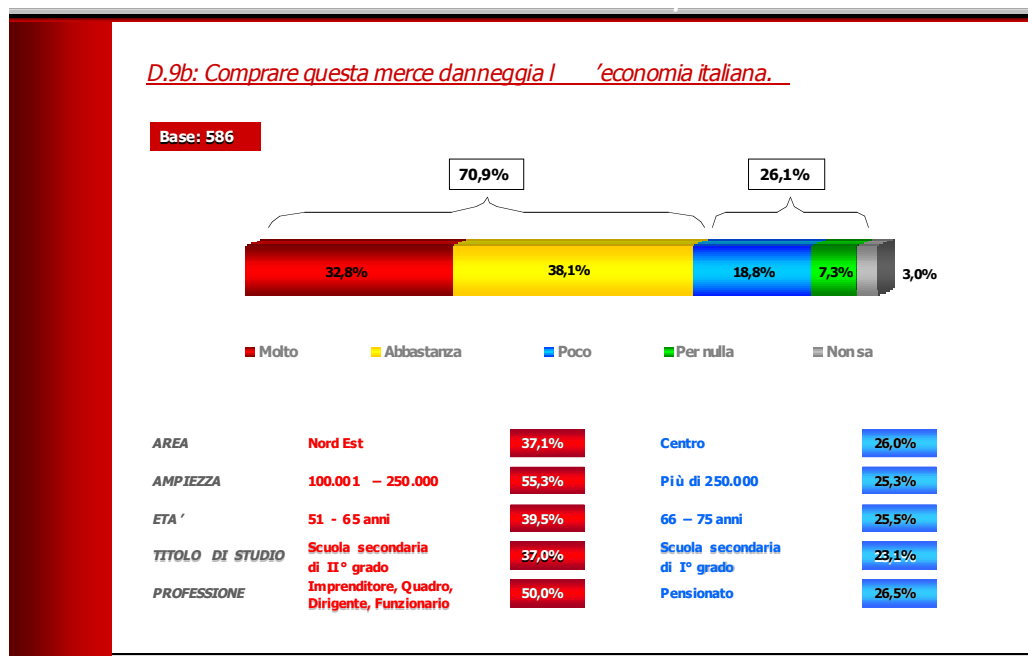
Il 61,8% di chi compra contraffatto è consapevole che la contraffazione alimenta la criminalità organizzata (degli intervistati il 78,8%):



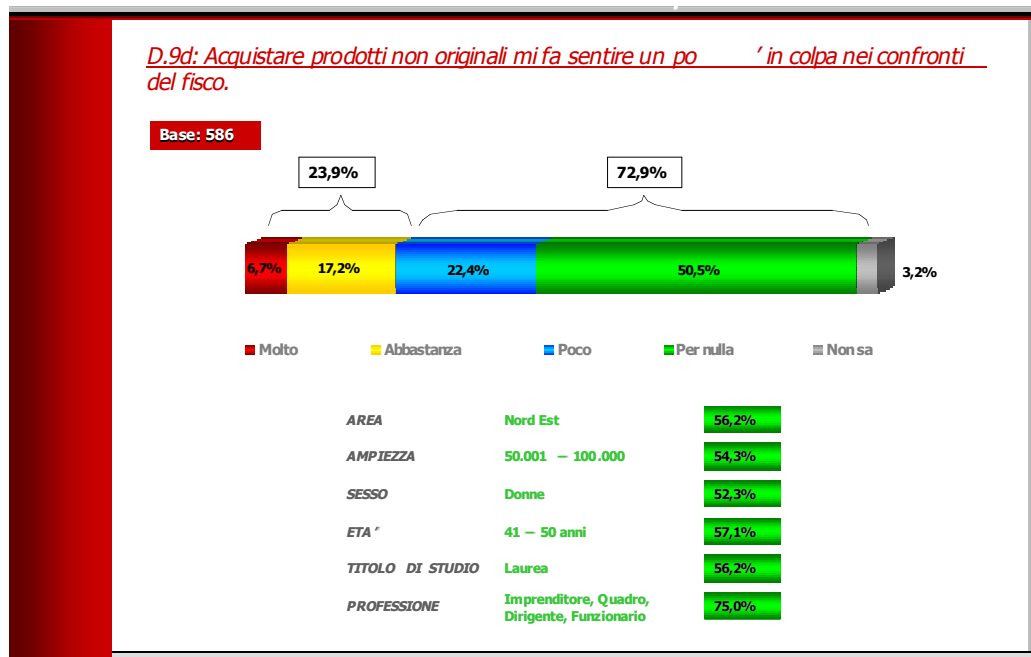
Il 71,3% di chi compra contraffatto è a conoscenza dei potenziali rischi per la salute (tra gli intervistati il 95,9%. Questa tra l'altro è una delle principali motivazioni di chi non acquista prodotti contraffatti):



Il 70,9% degli acquirenti sanno che la distrazione dei loro soldi verso i prodotti contraffatti provoca danni all'economia (nel campione degli intervistati questa consapevolezza raggiunge il 76,3%):

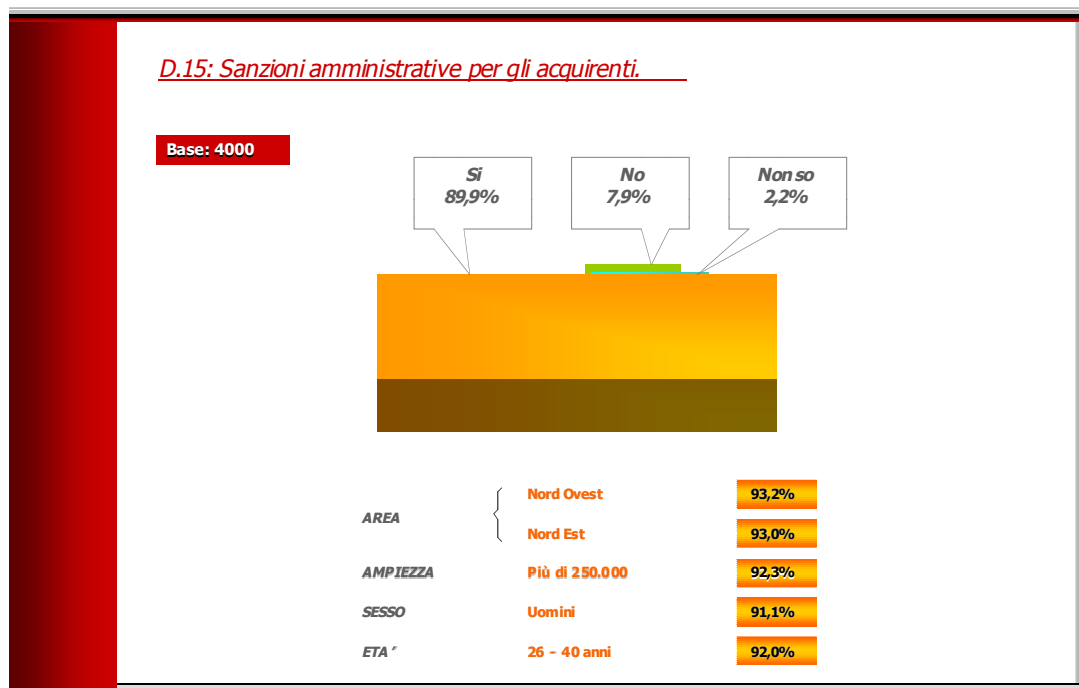


Quasi il 73% degli acquirenti mostra tuttavia uno scarso senso civico dichiarando di non sentirsi in colpa nei confronti del fisco:



### CONSAPEVOLEZZA SANZIONI

Il 90% degli intervistati sa che può incorrere in sanzioni amministrative se compra prodotti contraffatti. Ma è disposto a correre dei rischi (anche di salute) per risparmiare:



## **SISTEMI PER SCONFIGGERE LA CONTRAFFAZIONE**

Nell'elenco delle opzioni suggerite, le seguenti sono quelle che hanno trovato maggiormente concordi gli intervistati:

- creazione e immissione sul mercato di linee di prodotti originali/di marca a prezzi più accessibili (91,5%)
- riduzione dei prezzi dei prodotti originali (87,3%)
- istituzione da parte delle aziende produttrici degli originali, dei certificati di garanzia che permettano di tracciare il percorso del prodotto dall'acquisto delle materie prime alla produzione e alla vendita (82,4%)
- punizione dei venditori di prodotti contraffatti (79,6). Il 50% però non condivide l'iniziativa di punire l'acquirente

### **Per maggiori informazioni:**

- relativamente alle attività previste nell'ambito della collaborazione tra il Ministero dello Sviluppo Economico e le Associazioni dei Consumatori in materia di contraffazione, si veda il sito della Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-UIBM:  
[www.uibm.gov.it](http://www.uibm.gov.it) > area *Attività* > sezione *Protocolli e Convenzioni*
- relativamente alle attività di ricerca finalizzate alla quantificazione del fenomeno contraffazione e alla sua valutazione qualitativa, contattare la Divisione IV-Politiche per la lotta alla contraffazione nell'ambito della Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-UIBM:  
tel. 06.47051  
e-mail [anticontraffazione@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:anticontraffazione@sviluppoeconomico.gov.it)