



**CONTRAFFAZIONE: ANALISI E PROPOSTE
PER LA DIFESA DI UN MERCATO LEGALE**

LA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA

SINTESI PER LA STAMPA

Napoli, 15 settembre 2008

La crisi dei consumi non risparmia il mercato della contraffazione. Diminuisce infatti la propensione all'acquisto dei prodotti contraffatti rispetto all'anno scorso: il 39% degli acquirenti di articoli contraffatti ha risposto che nel 2008 ha comprato meno rispetto al 2007. Il fatturato dei falsi però in Italia è in leggero aumento: 7,5 miliardi di euro (contro i 7,2 del 2007) motivo? Sono aumentati i prezzi a causa dell'inflazione importata.

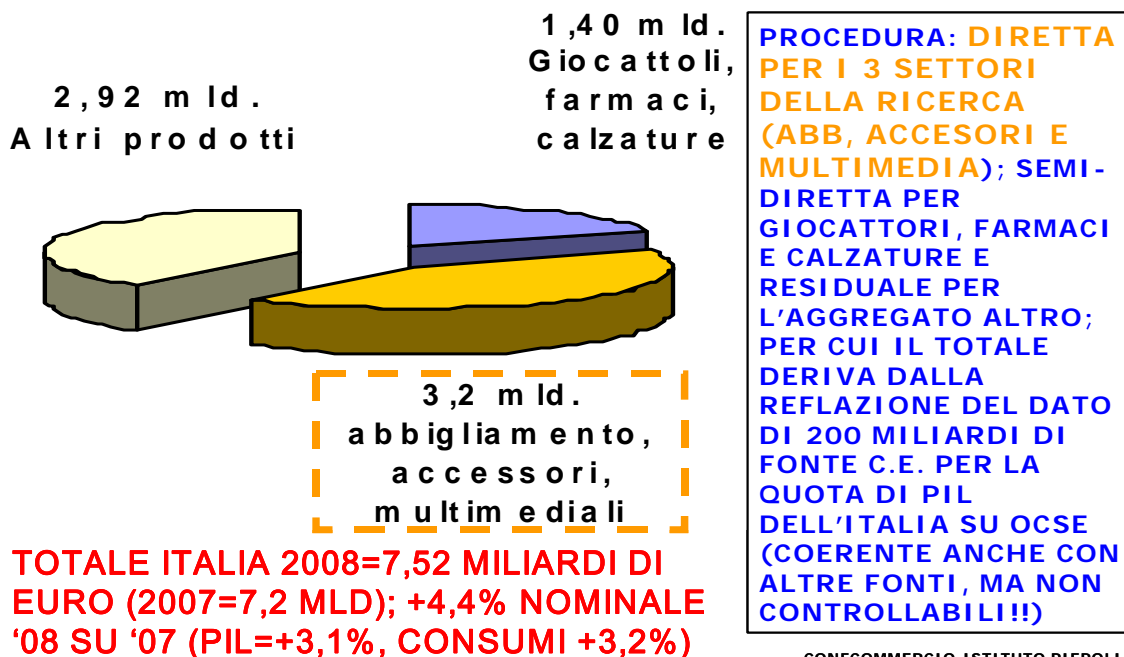
Per abbigliamento, accessori e prodotti multimediali si spendono 3,2 miliardi; 1,4 miliardi per giocattoli e calzature; 2,9 miliardi in altri articoli. Il 60 % degli italiani, in particolare i residenti in Centro Italia (65%), acquistano i prodotti contraffatti tranquillamente in giro per le vie della città, il 45 % approfitta invece dei periodi di vacanza e dei viaggi, soprattutto i giovani tra i 18 e i 34 anni; i prodotti più acquistati sono i capi di abbigliamento (35%), le borse (30%), cinture e occhiali (21%); e se le donne vengono attratte più degli uomini da magliette, camicie e jeans (il 40% contro il 29%), gli uomini invece si rifanno con occhiali e scarpe rispettivamente 23% e 17%.

Il 68% degli intervistati è convinto che l'acquisto di merce di marca non originale sia un danno per l'economia e contribuisca ad alimentare la criminalità, mentre il 30%, soprattutto giovani tra i 18 e i 34 anni con un livello basso di istruzione, è addirittura favorevole a questo genere di acquisti ritenendo di non far nulla di male.

Le responsabilità della diffusione del fenomeno vengono attribuite ai produttori di merce non originale (64%); il 74% degli italiani pensa che per combattere la contraffazione ci debbano essere più controlli da parte delle forze dell'ordine.

Sono i principali dati che emergono dalla ricerca realizzata da Confcommercio con la collaborazione dell'Istituto Piepoli per la parte delle interviste.

LA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA NEL 2008



ABBIGLIAMENTO = 1,9 MLD. EURO (25,3%)

0,22 = QUOTA DI ACQUIRENTI DI CONTRAFFATTO

X
52 MILIONI DI SOGGETTI
X
5,3 ATTI D'ACQUISTO
X
EURO 33 IMPORTO MEDIO

**PROCEDURA:
DIRETTA PER I 3
SETTORI DELLA
RICERCA**

ACCESSORI = 1,1 MLD. (14,6%)

MULTIMEDIALI = 200 MILIONI (2,7%) (SOTTOSTIMATO)

TOTALE RICERCA = 3,2 MLD. (39,9%) +
GIOCATTOLI, FARMACI, CALZATURE = 1,4 MLD. (18,6%)
ALTRO = 2,92 MLD. (38,9%) +

TOTALE ITALIA 2008 = 7,52 MLD. DI EURO (100%)

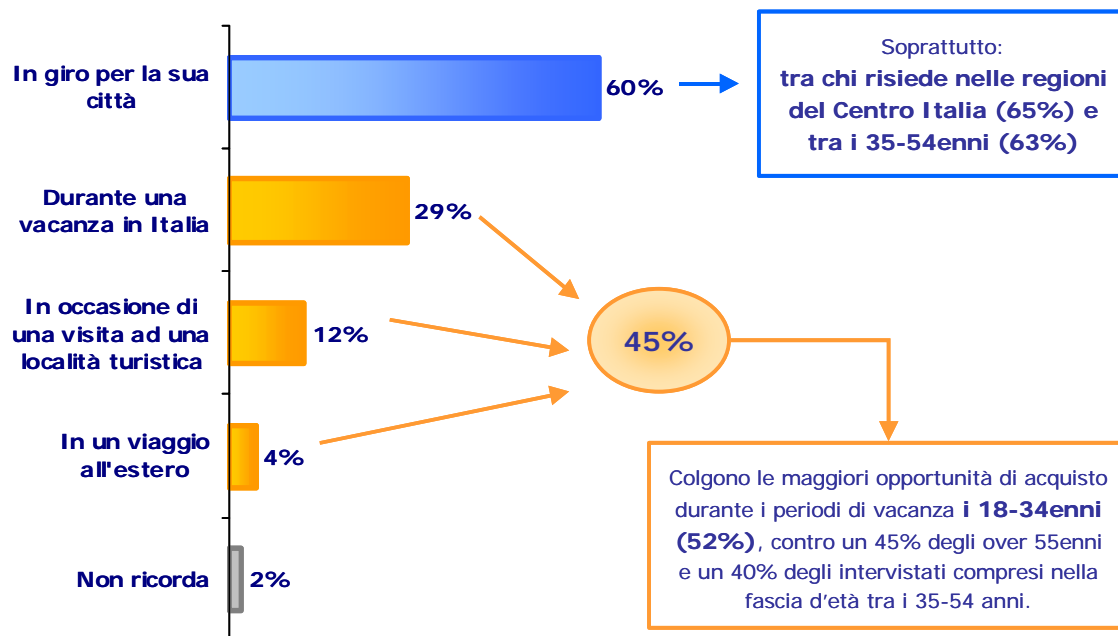
CHI, QUANDO, DOVE, PERCHE', COSA ACQUISTA PRODOTTI CONTRAFFATTI

CHI

Gli acquirenti maggiormente esposti alla contraffazione sono i 18-34enni: nel 39% dei casi dichiarano di aver acquistato qualche prodotto contraffatto negli ultimi due anni.

QUANDO

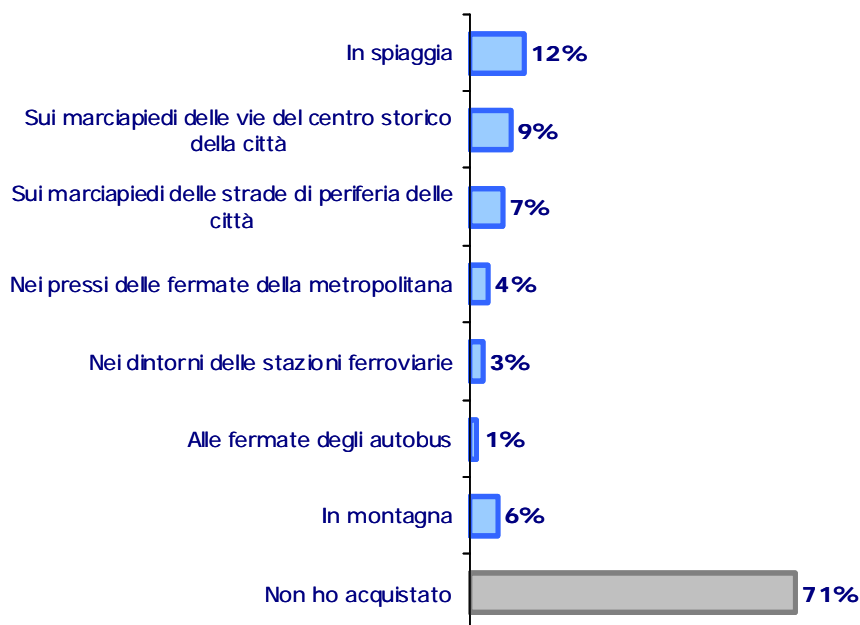
QUANDO LE È CAPITATO DI ACQUISTARE QUALCHE ARTICOLO NON ORIGINALE, CIOÈ CONTRAFFATTO? (risposta multipla)



BASE: 298 CASI

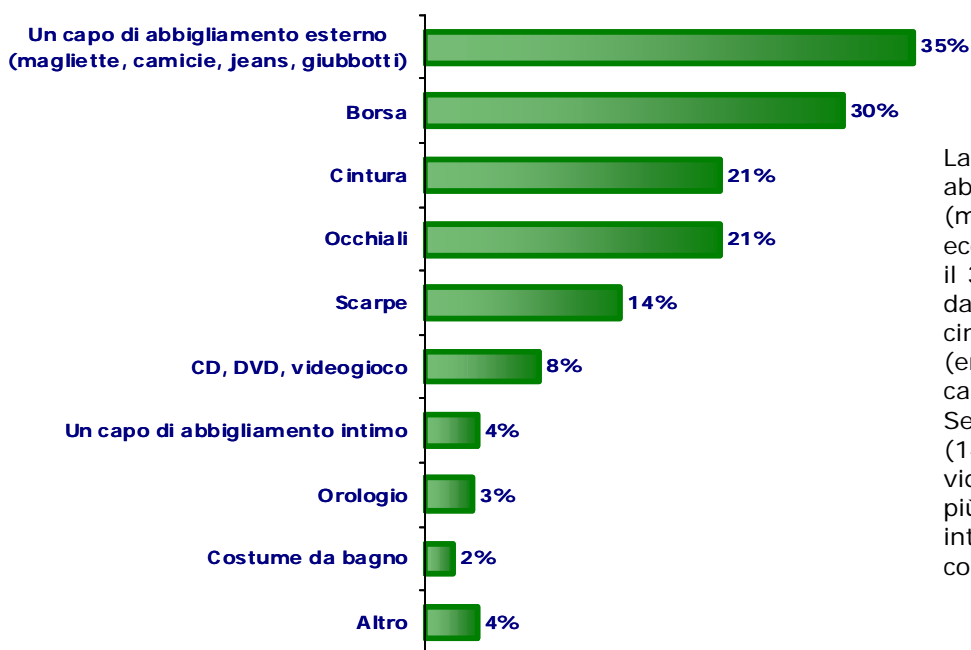
DOVE

LE È CAPITATO NEGLI ULTIMI DUE ANNI DI ACQUISTARE QUALCHE PRODOTTO DI MARCA NON ORIGINALE, CIOÈ CONTRAFFATTO? (risposta multipla)



COSA

IN PARTICOLARE COSA LE È CAPITATO DI ACQUISTARE? (risposta multipla) /1



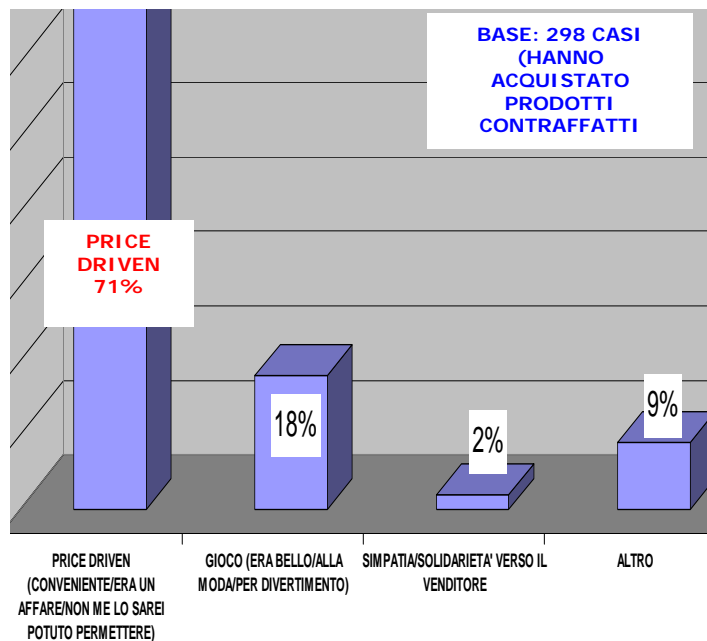
BASE: 298 CASI

La palma spetta ai capi di abbigliamento esterno (magliette, jeans, giubbotti, ecc.) che rappresentano ben il 35% degli acquisti, seguiti dalle borse (30%), dalle cinture e dagli occhiali (entrambi con il 21% dei casi).

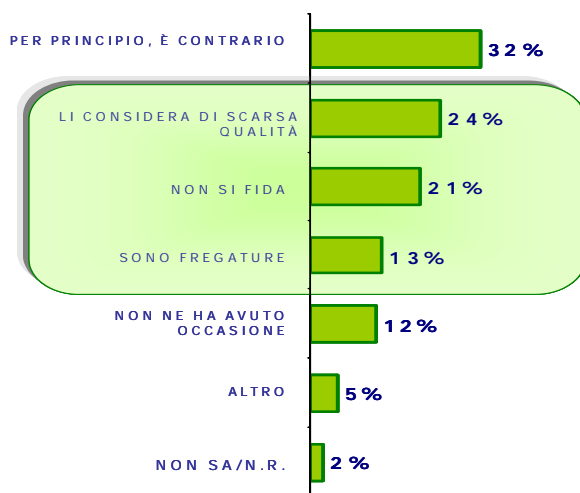
Seguono le scarpe "firmate" (14%) e cd, dvd, videogiochi (8%), mentre più rari sono gli acquisti di intimo (4%), orologi (3%) e costumi da bagno (2%).

PERCHE'

QUALE TRA QUESTI È IL MOTIVO PRINCIPALE CHE L'HA SPINTO AD ACQUISTARE QUESTI ARTICOLI? L'HA COMPRATO...



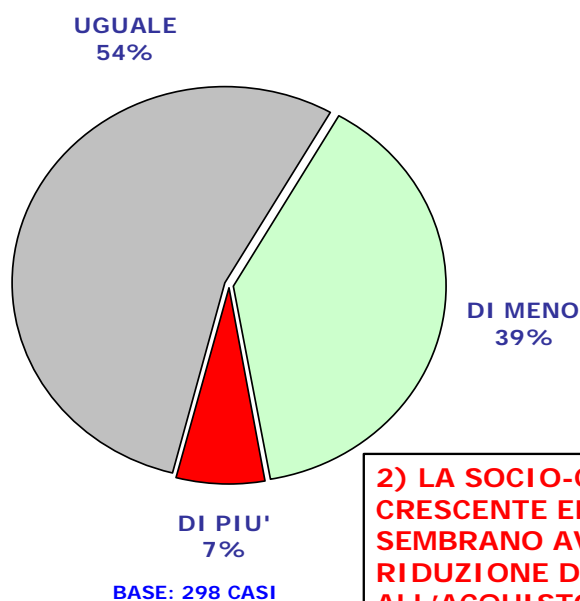
PER QUALI MOTIVI NON HA MAI ACQUISTATO ARTICOLI DI MARCA NON ORIGINALI O SIMILI, CIOÈ CONTRAFFATTI? (RISPOSTA MULTIPLA)



CONFCOMMERCIO-ISTITUTO PIEPOLI

ESTRAZIONE DI SEGNALI DEBOLI

NELL'ULTIMO ANNO IN CHE MISURA, RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE, LE E' CAPITATO DI ACQUISTARE PRODOTTI DI MARCA NON ORIGINALE?

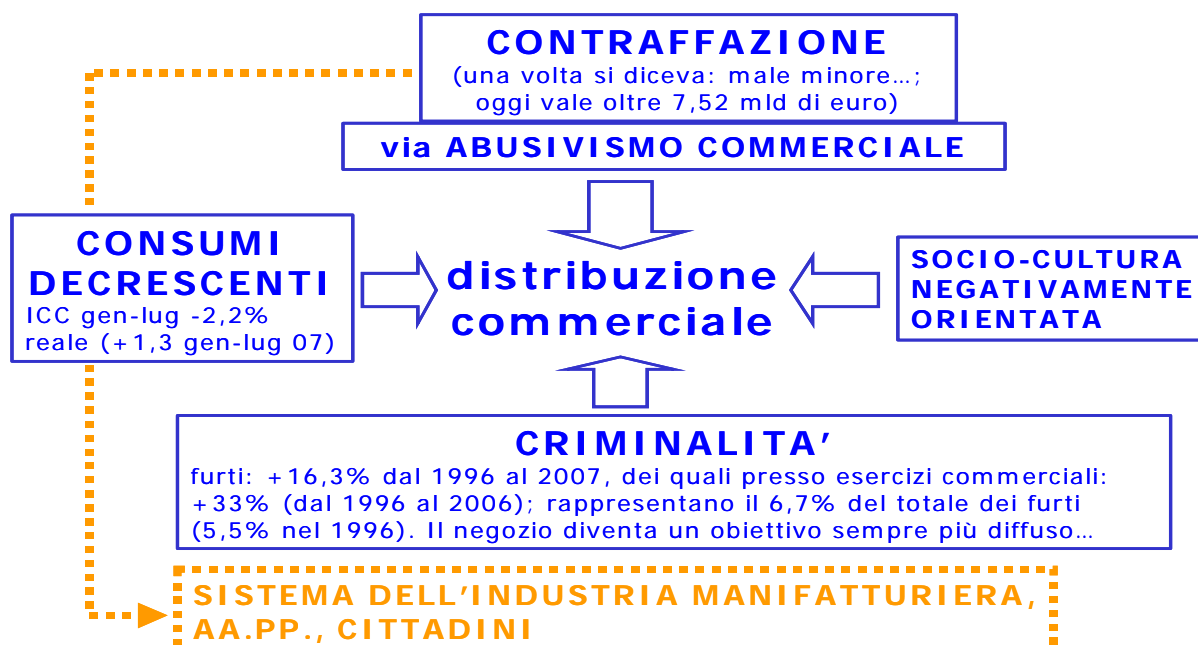


CONFCOMMERCIO-ISTITUTO PIEPOLI

1) EFFETTO REDDITO E PREZZO AGISCONO ANCHE SULLA DOMANDA DI PRODOTTI CONTRAFFATTI. DATA L'INFLAZIONE CRESCENTE NEI PAESI DA CUI PROVENGONO MOLTI PRODOTTI, ANCHE I PREZZI DEI FALSI SONO CRESCIUTI E LA PROPENSIONE INDIVIDUALE ALL'ACQUISTO SEMBRA DIMINUIRE IN TERMINI REALI. A CIO' SI AGGIUNGE ANCHE LA CRISI DEI REDDITI; TUTTAIVA IN TERMINI NOMINALI IL MERCATO CRESCE...

2) LA SOCIO-CULTURA SFAVOREVOLE E L'IMPEGNO CRESCENTE ED EFFICACE NEL CONTRASTO SEMBRANO AVERE EFFETTI POSITIVI NELLA RIDUZIONE DELLA PROPENSIONE INDIVIDUALE ALL'ACQUISTO DI FALSI (MENO ACQUISTI UNITARI)

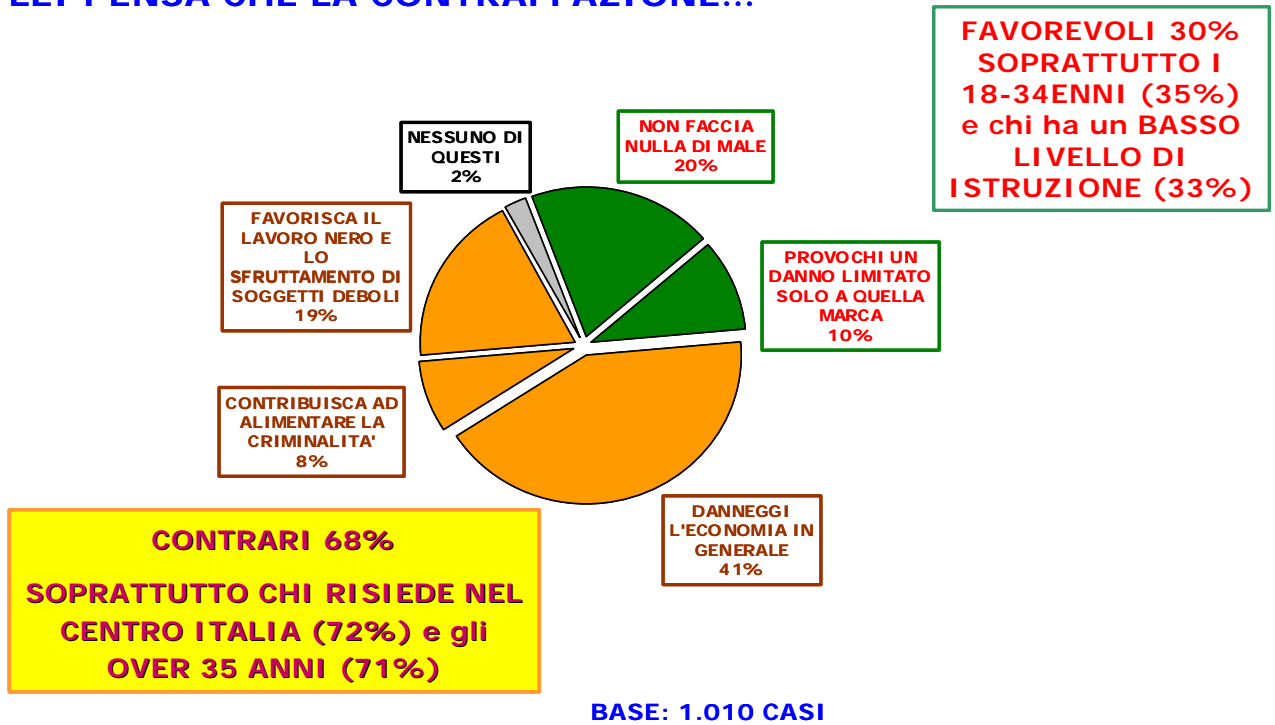
LA CONTRAFFAZIONE NON E' NEUTRALE SUI SETTORI



CONFCOMMERCIO-ISTITUTO PIEPOLI

SOCIO-CULTURA: VISIONE GENERALE DELLA CONTRAFFAZIONE

LEI PENSA CHE LA CONTRAFFAZIONE...



SOCIO-CULTURA: VISIONE GENERALE DELLA CONTRAFFAZIONE I RESPONSABILI DELLA DIFFUSIONE DEL FENOMENO...

