

## INDAGINE SUI CONSUMATORI

### La diffusione dei fenomeni illegali

In aumento rispetto allo scorso anno l'acquisto di prodotti illegali/contraffatti e l'utilizzo di servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati<sup>1</sup>. Nel 2014 lo dichiara il 27% dei consumatori rispetto al 25,6% dello scorso anno (+1,4%). In prevalenza sono uomini, d'età compresa tra i 35 ed i 44 anni, residenti nelle grandi aree metropolitane.

### I prodotti ed i servizi acquistati illegalmente

Tra i prodotti contraffatti più acquistati l'abbigliamento (46,6% quest'anno rispetto al 41,2% del 2013, con un aumento di oltre il 5%); i prodotti alimentari (38% nel 2014 contro il 28,1% dell'anno precedente, con un aumento del 10% circa); orologi, gioielli, occhiali (33% quest'anno rispetto al 29,2% del 2013); prodotti di pelletteria (24,9% nel 2014 contro il 26,9% dello scorso anno); scarpe e calzature (23,3% quest'anno rispetto al 21% dell'anno precedente); farmaci e prodotti parafarmaceutici (21,2% contro il 15,1% del 2013). Il forte aumento dell'acquisto contraffatto soprattutto di alcuni prodotti, come gli alimentari e i farmaceutici, è un segno evidente delle difficoltà economiche dei consumatori stretti nella morsa della crisi.

### Quali prodotti (o servizi) illegali ha acquistato nell'ultimo anno (2014)?

	2014	2013	2014 su 2013
Prodotti di abbigliamento	46,6	41,2	↑
Prodotti alimentari (incluse bevande)	38,0	28,1	↑
Orologi / Gioielli / Occhiali	33,0	29,2	↑
Prodotti di pelletteria	24,9	26,9	
Scarpe / calzature	23,3	21,0	↑
Farmaci e prodotti parafarmaceutici	21,2	15,1	↑
Profumi e prodotti cosmetici	17,6	18,1	
Musica. Video. Videogiochi	12,9	6,7	↑
Prodotti di elettronica ed elettrodomestici	9,3	6,9	↑
Giocattoli	6,7	7,6	
Ceramiche, sanitari, pezzi di ricambio, gadget	4,0	3,8	
Biglietti "piratati" per spettacoli	2,6	5,3	
Servizi offerti da soggetti non autorizzati	1,7	2,8	

Valori %. Base campione: 250 casi. Solo per coloro che hanno dichiarato di aver acquistato prodotti contraffatti nel 2014. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple.

Fonte: Indagine Confcommercio-Format sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo

### Le ragioni dell'acquisto illegale

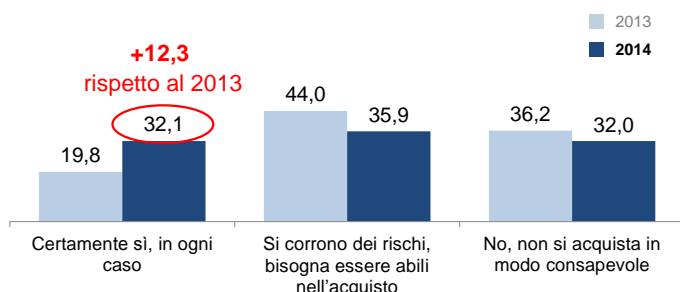
Per oltre il 70% dei consumatori la ragione principale dell'acquisto di prodotti o servizi illegali è sostanzialmente di natura economica ("si pensa di fare un buon affare, risparmiando"; "non si hanno i soldi per comprare prodotti legali").

<sup>1</sup> Con questi termini si intende l'acquisto di prodotti con false griffe, contraffatti, con un marchio non originale, imitazioni degli originali, lo scarico da Internet di musica, film, videogiochi, in qualche modo pirata (download gratis), o il noleggio/acquisto irregolare di film o videogiochi, l'utilizzo di servizi - anche di natura professionale - prestati da soggetti senza i regolari permessi.

Tre consumatori su quattro sono d'accordo con l'affermazione secondo la quale l'acquisto dei prodotti illegali o l'utilizzo di servizi irregolari è piuttosto normale e per di più si rivela utile per chi è in difficoltà economica visto il periodo di crisi.

Cresce la percentuale di consumatori che afferma che l'acquisto illegale è effettuato in modo consapevole (32,1% nel 2014 contro il 19,8% del 2013, con un aumento del 12,3%).

**Indipendentemente dal fatto che abbia mai acquistato un prodotto contraffatto o usufruito di un servizio offerto in modo irregolare, a Suo avviso, comportandosi in questo modo, si acquista in modo consapevole?**



Fonte: Indagine Confcommercio-Format sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo

### Il livello di informazione

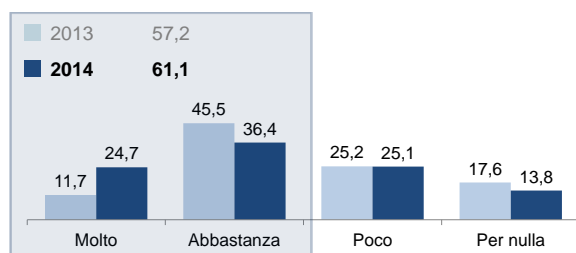
Soltanto il 56% circa dei consumatori conosce il rischio di incorrere in sanzioni amministrative per gli acquirenti di prodotti o servizi illegali. Il 17,9% non ne è informato e il 26,2% non sa di cosa si stia parlando.

## INDAGINE SULLE IMPRESE

### I meccanismi commerciali fuori dalle regole

Due imprese su tre si ritengono danneggiate dall'azione dell'illegalità. Nel 2014 la percentuale sale al 61,1% contro il 57,2% del 2013, con un aumento di quasi il 4%.

**Quanto ritiene che l'attività della Sua impresa sia danneggiata dall'azione della illegalità, ovvero da meccanismi commerciali fuori dalle regole che alterano la concorrenza e inquinano il mercato nel territorio nel quale opera?**



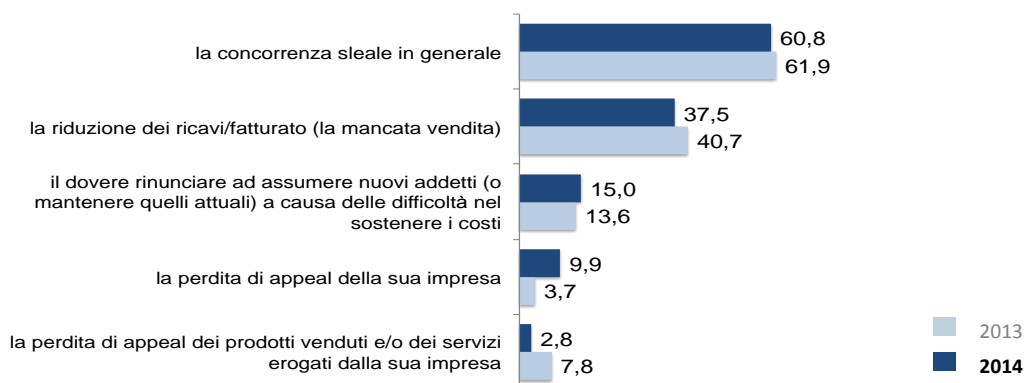
Fonte: Indagine Confcommercio-Format sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo

Per oltre l'80% delle imprese la crisi economica sta avvantaggiando il mercato dei prodotti illegali e l'esercizio abusivo delle professioni.

### Gli effetti dell'illegalità sulle imprese

Tra gli effetti più dannosi prodotti dalle diverse forme di illegalità (contraffazione dei prodotti, acquisizione illegale di prodotti via internet, musica e videogiochi, abusivismo commerciale e/o esercizio illegale di una professione), le imprese indicano principalmente la concorrenza sleale (60,8%), la riduzione dei ricavi e del fatturato a causa delle mancate vendite (37,5%), il dovere rinunciare ad assumere nuovi addetti o, in qualche caso, a mantenere i livelli occupazionali attuali (15%).

## Pensando all'illegalità in tutte le sue diverse forme, quale tra le seguenti danneggia di più la Sua impresa?



Valori %. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple.

Fonte: Indagine Confcommercio-Format sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo

### **Nota metodologica**

L'indagine sui consumatori è stata effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani >18 anni (1.000 interviste a buon fine). Margine di fiducia:  $\pm 3,2\%$ . L'indagine è stata svolta dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 3-7 novembre 2014. [www.agcom.it](http://www.agcom.it) [www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)

L'indagine sulle imprese è stata effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio, del turismo e dei servizi (1.000 interviste a buon fine). Margine di fiducia:  $\pm 3,2\%$ . L'indagine è stata svolta dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 3-7 novembre 2014. [www.agcom.it](http://www.agcom.it) [www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)