



Ministero

dello Sviluppo Economico

Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione
Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione
Ufficio Italiano Brevetti e Marchi

ATTIVITÀ DI INDAGINE SUL FENOMENO DELLA CONTRAFFAZIONE IMPRESE E CONSUMATORI FOCUS CALZATURE E OCCHIALI SINTESI

La Direzione Generale per la lotta alla contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGLC-UIBM) e Unioncamere hanno realizzato un'indagine conoscitiva sulla percezione del fenomeno della contraffazione in Italia da parte dei consumatori (1000 interviste a campione) e delle imprese (1000 interviste a campione, ambiti produzione e commercio), con focus su due settori: il calzaturiero e l'occhialeria.

La scelta di questi settori produttivi è stata motivata dal significativo numero/valore dei prodotti contraffatti sequestrati ogni anno e dai loro possibili effetti negativi sulla salute e sicurezza dei consumatori.

Dall'indagine è emerso che la contraffazione è percepita con forza, e in sensibile crescita, sia dai consumatori (96,8%) sia dalle imprese (88% dei produttori di calzature e 77% dei produttori di occhiali; per il 91% degli ottici e per il 77% dei commercianti di calzature).

La ricerca si articola in tre *focus* specifici: consumatori, imprese, e dati sui sequestri.

Focus CONSUMATORI

I consumatori intervistati sono consapevoli che la contraffazione danneggia l'economia nazionale (93,5%) e aumenta la criminalità (84,71%), e che acquistare prodotti contraffatti sia un reato e, nonostante questo, nell'ultimo anno, oltre il 28% del campione ha acquistato almeno un prodotto contraffatto. La quota è superiore al Sud e nelle Isole e tra i giovani. Oltre il 40% di tali acquisti riguarda calzature e occhiali, in primo luogo motivati dalla convenienza di prezzo (37,7% per gli occhiali e 45,5% per le calzature). Altre motivazioni rilevanti che spingono all'acquisto del prodotto contraffatto sono: il bisogno (18% per gli occhiali e 13,6% per le calzature) e il presentarsi dell'occasione (14,8% per gli occhiali e 15,2% per le calzature).

Il 67% di coloro che acquistano scarpe e/o occhiali contraffatti lo fanno consapevolmente; la quota cresce al Centro Italia (78,6%) e decresce al Sud (56,6%).

L'acquisto di scarpe e/o occhiali contraffatti sembrerebbe un fatto sporadico o non abituale: tra gli acquirenti di tali prodotti, infatti, sono vicine al 70% le quote di chi non aveva effettuato un simile acquisto nei 2 anni precedenti e di chi non li comprerebbe di nuovo in futuro.

La motivazione principale della scelta di non riacquistare tale tipologia di prodotti risiede nella scarsa qualità dell'articolo contraffatto. Inoltre è anche rilevante per le scarpe il giudizio che ritiene tale prodotto una "fregatura" e per gli occhiali quello che fa ritenere il prodotto pericoloso per la salute.

Infine, il 71% dei consumatori intervistati ha dichiarato di non aver mai acquistato prodotti contraffatti, principalmente perché non si fida (prevalente fra i più anziani) e perché è contrario per principio (primo motivo per giovani e adulti).

Si ritiene, in ogni modo, che il numero degli intervistati che ha ammesso l'acquisto di prodotti contraffatti possa essere in difetto, considerando anche che la maggior parte degli acquirenti è consapevole di compiere un "illecito" nel fare l'acquisto e pertanto nel rispondere alle domande potrebbe essere reticente oppure cercare di apparire più "virtuoso".

Focus IMPRESE

Per le imprese i prodotti contraffatti sono generalmente considerati di bassa qualità (solo il 25% di media qualità, ovvero il livello in cui auto-classificano i propri prodotti gli intervistati). Le aziende ritengono che la contraffazione costituisca una concorrenza di prezzo abbinata a specifici canali distributivi (bancarelle, ambulanti e, anche se in misura minima, e-commerce). **Le imprese inoltre ritengono che i prodotti provengano nella maggioranza dei casi da Paesi esteri (extra europei in particolare) e minimamente dai propri territori.**

Le imprese hanno mostrato ritrosia o incapacità nel fornire una stima economica dell'impatto della contraffazione sul loro *business*. In generale, il 31% indica nessuna incidenza sul fatturato aziendale, il 50,1% non sa indicarne l'incidenza.

A partire dai dati rilevati con l'indagine, si è tentata una stima dell'impatto, in termini di perdita annua di fatturato, sull'intero settore, che per entrambi i comparti ammonterebbe a circa 470 milioni di euro. **Per il settore scarpe la perdita sembra ammontare a 150 milioni di euro circa per la produzione e a 190 milioni di euro circa per il commercio. Per l'occhialeria la perdita è stimata in 30 milioni di euro circa per la produzione e in 100 milioni di euro circa per il commercio.** Si noti che il valore della spesa per beni contraffatti in generale, stimato sulla base delle risposte dei consumatori, è di circa 400 milioni di euro annui.

Va segnalato che le stime delle Associazioni di categoria (ANFAO, *Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici* e ANCI, *Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani*) in proposito parlano di danni economici ancor più rilevanti: ANFAO stima per l'occhialeria una perdita di fatturato annua per i soli produttori di 75 milioni di euro, ANCI di 240 milioni di euro.

Le strategie di tutela adottate sono logicamente diverse fra produttori e commercianti. Per i produttori il criterio differenziante (e quindi "protettivo") è la qualità dei materiali e della lavorazione dei prodotti.

L'azione di tutela maggiormente adottata (75% per il comparto occhiali e 33% per quello delle calzature) è la scelta accurata dei sub-fornitori/terzisti, con l'obiettivo di limitare la diffusione di *know how* e pertanto di assicurare il "controllo" della qualità.

Occorre considerare che quasi un terzo delle aziende produttrici fa uso di sub fornitori/terzisti per la produzione (per il settore calzature il dato potrebbe essere maggiore, secondo quanto stimato da ANCI): i terzisti per ciascuna azienda sono pochi – numerosità prevalente da 1 a 5 - e sono sempre meno rispetto agli anni scorsi; sono prossimi geograficamente e svolgono in gran parte una funzione di assemblaggio; li lega alle aziende per lo più un rapporto fiduciario e di conseguenza viene effettuato da parte dell'azienda committente un controllo leggero delle loro attività e strutture produttive.

La gestione dei terzisti appare tuttavia "destrutturata" e **non emerge l'esistenza di una strategia di pianificazione del controllo**: non traspare cioè un preciso criterio di programmazione delle visite/ispezioni, anche se risulta dalle risposte date che i controlli siano frequenti.

Per quanto riguarda il calzaturiero, dal lato della produzione l'azione di tutela tramite la registrazione di marchi e *design* è adottata nel 66% dei casi, mentre per l'occhialeria solo nel 24%.

Nonostante la dichiarata percezione della gravità del problema, meno della metà degli intervistati ha intrapreso altre azioni specifiche a tutela dei propri prodotti e non c'è disponibilità ad investire ulteriormente su queste tematiche.

Le imprese ritengono di aver fatto il possibile per difendersi dalla contraffazione e di non poter investire ulteriormente. Qual è la loro opinione in merito all'operato delle istituzioni?

Complessivamente per il 62% il giudizio è buono in merito alle innovazioni introdotte dalla legge n. 99 del 2009 (cosiddetta *Legge Sviluppo*) e, più in generale, solo il 33% considera l'inasprimento delle pene poco efficace a combattere il fenomeno.

Focus DATI SUI SEQUESTRI

Un'efficace strategia di lotta alla contraffazione non può prescindere da un'approfondita conoscenza del fenomeno e dalla sua quantificazione.

A tal fine la DGLC-UIBM (MiSE) ha realizzato la banca dati IPERICO – *Intellectual Property - Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting* – che raccoglie i dati dell'attività di contrasto alla contraffazione realizzata dalle forze dell'ordine in Italia (Agenzia delle Dogane, Guardia di Finanza, Polizia di Stato, Carabinieri e Polizie locali), in termini di sequestri e articoli sequestrati, con la formulazione di una stima del relativo valore. Tali dati sono integrati, normalizzati e riclassificati in base alla tipologia di illecito associata al sequestro, oltre che alle categorie merceologiche dei beni, alla localizzazione geografica e al Corpo o Ente che ha eseguito il sequestro.

Di seguito si riportano i dati elaborati in IPERICO sulla attività di contrasto alla contraffazione realizzata da **Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane** (a livello aggregato e al netto delle operazioni effettuate congiuntamente dai due Corpi) nel periodo **2008-I semestre 2011** (con dati relativi al primo semestre 2011 ancora provvisori), classificati in relazione alle categorie merceologiche “**calzature**” ed “**occhiali**”.

In particolare si dà evidenza del numero dei sequestri, del numero di articoli sequestrati, della dimensione media dei sequestri, nonché di una stima del valore economico, elaborata secondo la metodologia MiSE.

Dati dell’Agenzia delle Dogane e della Guardia di Finanza

Fonte: **IPERICO** (DGLC-UIBM)

Numero di pezzi sequestrati				Dati provvisori
Contraffazione	2008	2009	2010	I semestre 2011
Agenzia Dogane Guardia di Finanza (dati aggregati)				
calzature	5.529.665	4.143.310	1.807.529	840.982
occhiali	1.387.536	699.188	542.757	3.684.392

Numero di prodotti sequestrati (dato aggregato AD+ GdF) per contraffazione: Calzature e Occhiali



Numero di sequestri				Dati provvisori
Contraffazione	2008	2009	2010	I semestre 2011
Agenzia Dogane Guardia di Finanza (dati aggregati)				
calzature	2.828	3.401	1.883	699
occhiali	1.338	1.126	1.002	352

Dimensione media dei sequestri				Dati provvisori
Contraffazione	2008	2009	2010	I semestre 2011
Agenzia Dogane Guardia di Finanza (dati aggregati)				
calzature	1.955	1.218	960	1.203
occhiali	1.037	621	542	10.467

Valore stimato (in Euro)				Dati provvisori
Contraffazione	2008	2009	2010	I semestre 2011
Agenzia Dogane Guardia di Finanza (dati aggregati)				
calzature	128.400.490	96.208.909	41.971.369	19.527.856
occhiali	9.991.098	5.034.577	3.908.179	26.529.851

Nel settore delle calzature, pertanto, in Italia si registra nel triennio 2008-2010 un forte calo del numero di sequestri e del numero dei pezzi sequestrati (dato aggregato), tendenza confermata anche nel primo semestre 2011. Tale contrazione appare particolarmente rilevante nei dati riportati dall’Agenzia delle Dogane, ma comunque significativo anche nei dati della Guardia di Finanza.

E’ noto, tuttavia, che il fenomeno non è in calo. Una delle ragioni di tale contrazione nel settore può, secondo un’ipotesi avanzata anche dall’Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani, essere ricercata nel ricorso a triangolazioni con altri Stati membri UE e a modifiche nelle “rotte” delle merci volte ad aggirare i controlli doganali.

Di contro, può essere interessante notare che a livello europeo le Dogane registrano, per la categoria merceologica in esame, ed in particolare tra il 2009 e il 2010, un incremento nel numero di sequestri pari al 240% (cioè da circa 5.500 sequestri a circa 18.600), a fronte di un decremento nel numero di pezzi sequestrati pari al -30% .

Pertanto, in Europa, si effettua un maggior numero di sequestri ma per quantitativi di merce inferiori, fenomeno che può essere, almeno in parte, ricondotto allo spostamento del commercio di prodotti contraffatti in internet, con conseguente spedizione in pacchi postali direttamente al consumatore, senza più intermediari come nel passato. D’altro canto, si evidenzia ormai da qualche anno anche un fortissimo incremento del numero di sequestri nel canale distributivo “postale” e, nell’ambito del traffico postale, i sequestri di calzature ad opera delle dogane Europee rappresentano quasi il 30% del totale del numero dei sequestri.

I dati sui sequestri relativi al nostro Paese non manifestano ancora un’analogia fenomenologia e d’altra parte l’Italia è ancora lungi dall’essere tra i primi Paesi fruitori del commercio elettronico, come anche le indagini su imprese e consumatori del settore hanno confermato. Tuttavia, ciò può rappresentare un vantaggio per le istituzioni e le imprese italiane, in quanto consente di intervenire su un fenomeno ancora non radicato come in altri Paesi.

Anche nel settore degli occhiali si registra a livello aggregato una moderata riduzione nelle operazioni di sequestro e nel quantitativo di articoli sequestrati, probabilmente, considerando che il fenomeno non è in calo, per le stesse motivazioni espresse per il settore calzature. Nel primo semestre 2011 si assiste invece a una crescita esponenziale in termini di numero di articoli sequestrati. Tale andamento “anomalo” è dovuto in particolare ad un sequestro ad opera della GdF di oltre 2 milioni di pezzi, quantitativo quasi pari al totale del triennio precedente (circa 2,6 milioni di pezzi). Al di là comunque della comprensibile erraticità dell’attività di contrasto, si registra un trend in crescita nel 2011 in termini di numero di prodotti sequestrati.

A seguire sono riportate le elaborazioni dei dati dei sequestri relativi alle **Forze di Polizia (Carabinieri, Polizia di Stato e Polizie locali)** nel periodo 2008-I semestre 2011 (dati questi ultimi parziali e provvisori). Tali dati non vengono accorpati ai precedenti poiché presentano elementi di disomogeneità rispetto agli altri Corpi (in primo luogo, la violazione della contraffazione include la pirateria).

Numero di prodotti sequestrati				Dati parziali e provvisori
Contraffazione/Pirateria	2008	2009	2010	I semestre 2011
Carabinieri, Polizia di Stato, Polizia Locale				
calzature	39.514	17.612	20.375	4.924
occhiali	66.412	63.095	32.483	5.882

Numero di prodotti sequestrati (Carabinieri, Polizia di Stato, Polizia Municipale) per contraffazione /pirateria: Calzature e Occhiali

