Ministero dello sviluppo economico

UIBM

LA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA

Studio sulle caratteristiche della domanda e stima del fatturato nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del Paese

SINTESI

Novembre 2021

In collaborazione con:

CENSIS

INDICE

Introduzione 3
PARTE PRIMA
CONSUMI E CONTRAFFAZIONE 4
Premessa 5
Il consumatore moderno, fisico e digitale 6
Sempre più e-commerce nella vita degli italiani 6
Nel web la comodità, altrove la qualità 7
Tanto fake sul web 7
Contraffazione, fenomeno di massa gonfiato dagli acquisti inconsapevoli 8
La contraffazione è dannosa, ma il prezzo è ancora considerato un ostacolo all'acquisto di prodotti originali 10
La fine di un luogo comune: non sono i meno abbienti ad acquistare prodotti contraffatti 10
Durante la pandemia crollano i consumi e cala la contraffazione 11
La contraffazione è un danno, ma il prezzo è ancora considerato un ostacolo all'acquisto di prodotti originali 12
I protagonisti della lotta alla contraffazione: prima di tutto i consumatori 14
PARTE SECONDA
STIMA DEL FATTURATO DELLA CONTRAFFAZIONE NEL MERCATO INTERNO E DEI RELATIVI IMPATTI SULL'ECONOMIA DEL PAESE 13
1. Il fatturato della contraffazione 16
2. L'impatto della contraffazione sull'economia italiana 19
3. La stima dell'impatto fiscale 23
Il mancato gettito per imposte dirette 25
Il mancato gettito per imposte indirette 25

INTRODUZIONE

Nelle pagine che seguono si presenta una Sintesi dell'attività di studio condotta nel 2021 dal Censis per il Ministero dello Sviluppo Economico che si articola in due parti tra di loro complementari:

- la prima su *Consumi e contraffazione- la domanda di beni contraffatti prima e durante la pandemia,* esito di un'indagine di campo su di un campione di 1.000 italiani, rappresentativo della popolazione adulta;

- la seconda di *Stima del fatturato della contraffazione nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del paese* realizzata utilizzando la metodologia di stima ormai ampiamente sperimentata negli anni scorsi.

PRIMA PARTE

CONSUMI E CONTRAFFAZIONE

La domanda di beni contraffatti prima e durante la pandemia

PREMESSA

Di fronte ad uno scenario profondamente mutato e poco favorevole ai consumi di *fake* tradizionale, i protagonisti dei diversi fenomeni illeciti che minacciano la proprietà industriale e la sicurezza dei consumatori si sono immediatamente adeguati alle nuove regole imposte dalla pandemia e hanno saputo diversificare la logistica e il mercato plasmandoli sulle nuove richieste dei consumatori.

È così che l'offerta di merce falsa e/o non conforme non è cessata, ma invece si è decisamente spostata sul mercato on line, dove – accanto ai prodotti del *fake* tradizionale – sono comparsi i prodotti sanitari la cui domanda è esplosa durante l'epidemia: dispositivi di protezione individuale, igienizzanti, farmaci, e persino test diagnostici e vaccini.

Capacità di diversificare i prodotti adeguandoli alla nuova domanda e forte presenza di offerta *fake* nel mercato on line sono due caratteristiche del mercato dei prodotti falsi che hanno subito un'accelerazione durante la pandemia e che resteranno nei prossimi anni.

Quanto accaduto nell'ultimo anno sul fronte dei consumi ha avuto delle ripercussioni anche sul mercato della contraffazione che, come abbiamo detto più volte in questi anni, ha un andamento che segue quello del mercato legale, per cui anche il consumo di merce falsa è rallentato.

Ora che la fine dell'emergenza sembra vicina, bisognerà capire che cosa ci aspetta, e attrezzarsi per affrontare un nuovo periodo sicuramente caratterizzato da una ripresa dei consumi e da un possibile effetto rimbalzo che potrebbe vivere anche il mercato del falso.

Per questo è importante che tutti gli attori della lotta alla contraffazione continuino a fare la loro parte, nella consapevolezza che il vero protagonista deve essere il cittadino-consumatore.

Di fronte ad un fenomeno capillare, capace di anticipare i gusti dei consumatori, di proporsi nei luoghi fisici e on line, le attività di repressione e di contrasto, per quanto incisive e sofisticate, non possono essere sufficienti.

Il consumatore è e rimane l'artefice principale delle scelte di acquisto di merce contraffatta e deve essere il soggetto cui rivolgere le attività di informazione e sensibilizzazione in modo da renderlo partecipe e protagonista in prima persona della lotta contro la contraffazione.

Il consumatore moderno, fisico e digitale

Gli italiani scelgono di volta in volta se acquistare in esercizi fisici o on line.

Gli unici settori in cui la spesa su canali fisici resta prevalente sono quello alimentare, con l'81,1% della popolazione che si rivolge prevalentemente alla grande distribuzione e solo l'8,5% che privilegia internet, e quello dei gioielli-orologi dove solo il 10,4% sceglie di comprare prevalentemente on line (tab.1).

I prodotti che i consumatori comprano più spesso su internet sono i cellulari e gli accessori di telefonia, acquistati spesso sul web dal 31,9% della popolazione.

Tab. 1 - Canali in cui si effettuano spesso gli acquisti, per tipologia di prodotti *(val. %)*

Tipologia di prodotti	Mercato	Internet	Negozio	Supermercato/ grande distribuzione
Abbigliamento/ calzature/ accessori (borse, cinture, portafogli …)	13,8	30,3	57,1	21,9
Cellulari/accessori telefonia	5,8	31,9	42,1	15,3
Pc, stampanti, hardware	4,9	27,8	38,5	12,0
Profumi/cosmetici	6,7	19,7	47,6	17,7
Orologi/gioielli	4,8	10,4	44,3	6,6
Medicinali/ integratori	5,4	16,4	57,9	13,6
Alimentari	25,5	8,5	47,2	81,1

Fonte: indagine Censis, 2021

Sempre più e-commerce nella vita degli italiani

L'anno della crisi nera e della riduzione a due cifre dei consumi, segna anche la crescita esponenziale degli acquisti on line, che potevano essere

effettuati da casa in piena sicurezza, e che hanno vissuto un vero e proprio decollo entrando a far parte a pieno titolo della nuova vita digitale. Il 44,4% di chi già effettuava acquisti on line durante l'emergenza sanitaria ne ha aumentato la frequenza e il 5,7% ha iniziato nell'ultimo anno. Si tratta di un trend di lungo periodo che ha subito un'accelerazione durante l'emergenza sanitaria.

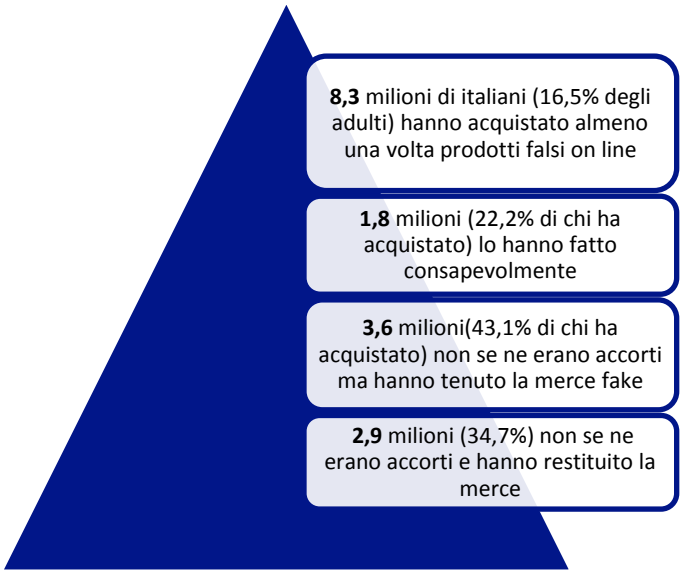
Nel web la comodità, altrove la qualità

L'e-commerce coinvolge quote crescenti di popolazione ed è destinato a restare anche nel post-pandemia, quando si prevede un effetto rimbalzo con il ritorno consistente degli acquisti in presenza. La caratteristica ritenuta più importante quando si fa un acquisto è la qualità, segnalata dal 65,3% della popolazione; quando però si compra sul web le priorità cambiano e al primo posto si colloca il risparmio di tempo, indicato dal 63,9% degli *e-consumers*.

Tanto fake sul web

Quando si acquista on line, anche se si è prudenti e si considera con attenzione dove e cosa si sta acquistando, non sempre è facile distinguere se il prodotto in vendita è di buona qualità e, soprattutto, se è originale. Il 25,7% degli *e-consumers* si è imbattuto almeno una volta nell'offerta di merce falsa sul web e il 20,3% ha acquistato prodotti falsi, per un totale di 8 milioni e 300.000 acquirenti (fig.1). Di questi solo 1 milione e 800.000 lo ha fatto consapevolmente, mentre gli altri 6 milioni e mezzo erano convinti di acquistare un prodotto originale; tra questi, circa 3 milioni hanno successivamente restituito la merce falsa, mentre 3 milioni e 600.000 hanno comunque tenuto il prodotto che avevano acquistato.

Fig.1- Acquirenti di merce falsa on line, consapevoli e non

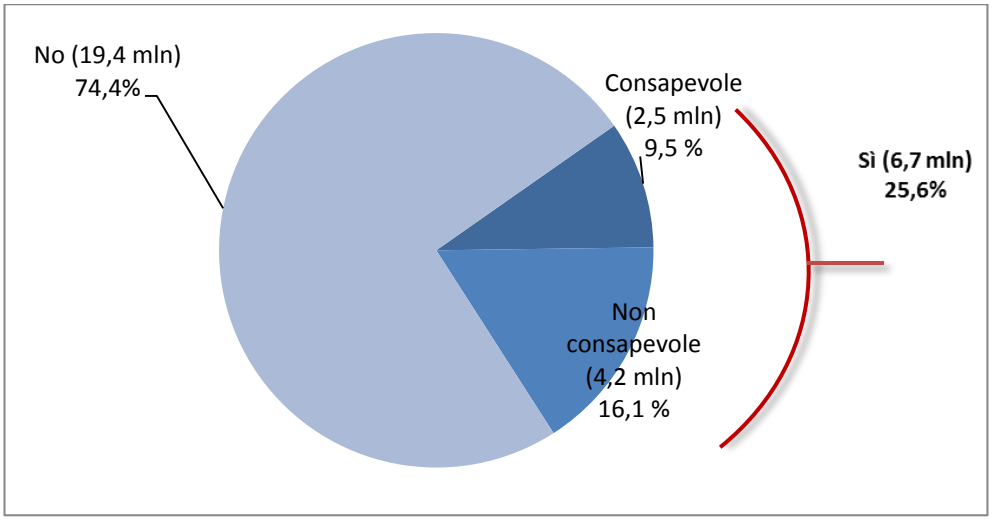


Fonte: indagine Censis, 2021

Contraffazione, fenomeno di massa gonfiato dagli acquisti inconsapevoli

Il 25,6% degli italiani ammette che lui stesso o la propria famiglia ha acquistato almeno una volta prodotti falsi: si tratta di un fenomeno che coinvolge 6 milioni e 700.000 famiglie, in cui vivono circa 15 milioni e 400.000 individui (fig.2). Ma il 62,7% dichiara di essere stato ingannato ed era convinto di comprare un prodotto originale. Considerando solo quelli che dichiarano di aver comprato consapevolmente articoli falsi, la quota di famiglie coinvolte direttamente nell'acquisto di *fake* si riduce al 9,5% del totale, che, in valore assoluto significa circa 2 milioni e 500.000 famiglie dove vivono 5 milioni e 300.000 individui.

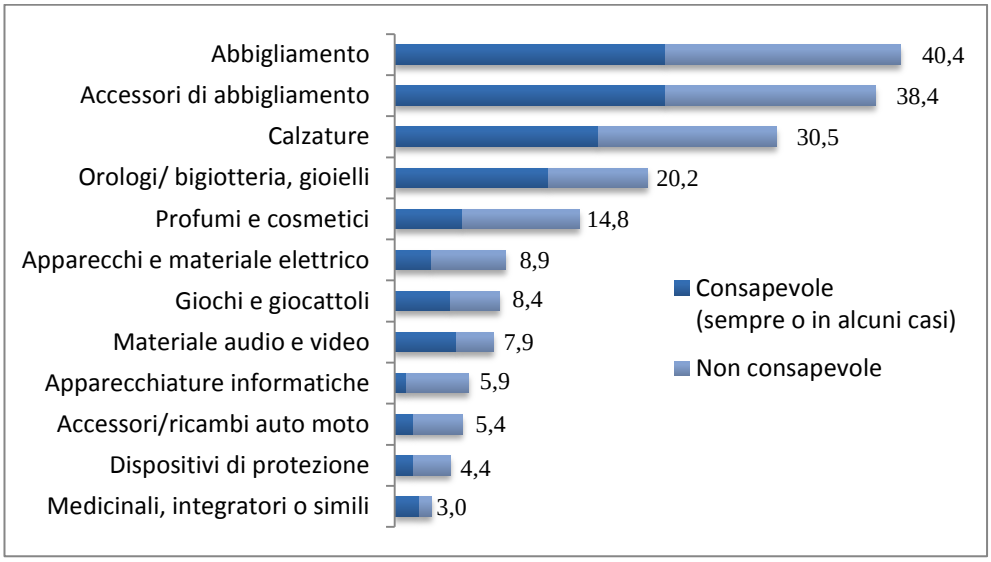
Fig. 2 - Famiglie che hanno acquistato almeno una volta merce falsa, consapevoli e non *(val. %)*



Fonte: indagine Censis, 2021

Tra i prodotti acquistati prevalgono quelli del *fake* tradizionale: abbigliamento (acquistato dal 40,4% delle famiglie consumatrici di falso), accessori (38,4%), calzature (30,5%) (fig.3).

Fig. 3 - Tipologia di prodotti falsi acquistati, consapevolmente e non (*) *(val. %)*



Fonte: indagine Censis, 2021

La contraffazione è dannosa, ma il prezzo è ancora considerato un ostacolo all'acquisto di prodotti originali

Gli italiani sanno che la contraffazione danneggia il sistema paese e la salute delle persone, ma sono convinti che i prodotti di marca abbiano un prezzo eccessivo, che supera il loro valore reale: la pensa così il 73,0% della popolazione, con valori che raggiungono il 75,5% tra i più giovani. Questa convinzione spinge il 31,4% ad affermare che la merce falsa costa di meno e se ne può comprare di più (quota che sale al 41,2% tra gli under 34enni).

La fine di un luogo comune: non sono i meno abbienti ad acquistare prodotti contraffatti

Il 31,4% di coloro che dichiarano di aver comprato almeno una volta merce *fake* sul web hanno un livello socioeconomico medio-alto, contro il 20,3% della media nazionale (tab.2). Allo stesso modo, il 31,9% delle famiglie più abbienti ha acquistato almeno una volta prodotti falsi, contro il 25,6% della media nazionale.

Tab.2 - *E-consumers* che hanno comprato almeno una volta merce falsa on line, per livello socio-economico e consapevolezza *(val. %)*

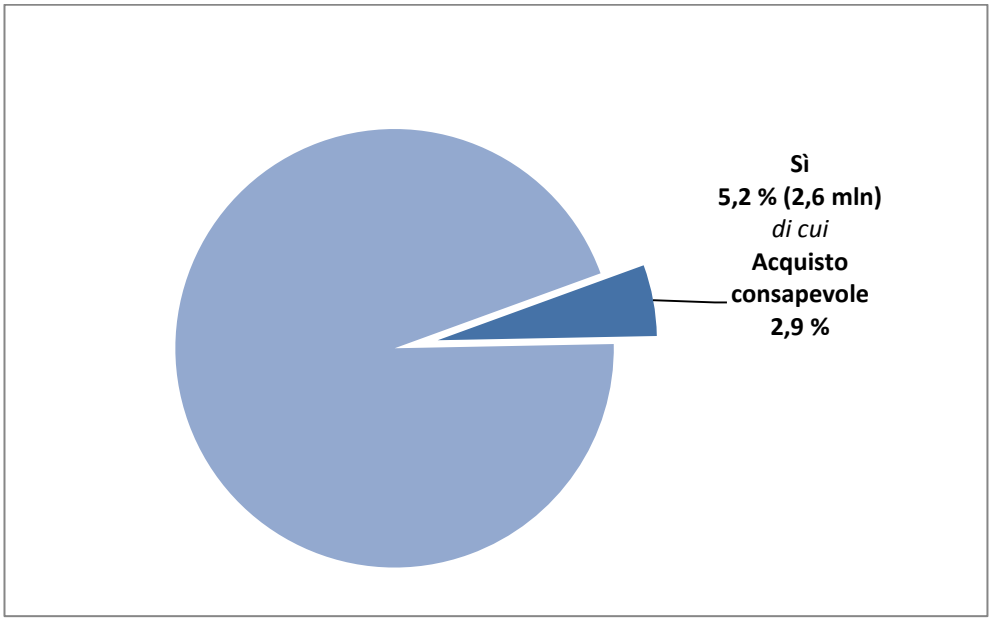
Acquisto merce falsa	Livello socio-economico			
	Alto/Medio-alto	Medio	Medio-basso/Basso	Totale
Sì	31,4	17,6	21,7	20,3
Sì, per scelta	*12,7*	*2,2*	*6,1*	*4,5*
Sì, non me ne ero accorto e l'ho tenuto	*11,8*	*8,3*	*8,5*	*8,8*
Sì, non me n'ero accorto e l'ho restituito	*6,9*	*7,1*	*7,1*	*7,1*
No	68,6	82,5	78,3	79,7
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: indagine Censis, 2021

Durante la pandemia crollano i consumi e cala la contraffazione

Nell'ultimo anno il 5,2% degli italiani adulti, 2 milioni e 600.000 in valore assoluto, ha acquistato prodotti falsi: se si considerano solo quelli che dichiarano di aver effettuato un acquisto consapevole, la quota scende al 2,9% (fig.4). Si tratta di numeri consistenti, ma comunque inferiori a quelli che circolavano nell'epoca della pre-pandemia quando l'EUIPO stimava per il 2017 una quota pari al 6% di consumatori consapevoli.

Fig.4 - Italiani che nell'ultimo anno hanno acquistato merce falsa *(val. %)*



Fonte: indagine Censis, 2021

La contraffazione è un danno, ma il prezzo è ancora considerato un ostacolo all'acquisto di prodotti originali

E' ormai ampiamente condivisa dalla popolazione l'idea che il prodotto originale faccia parte dell'identità e della ricchezza del nostro paese e che la contraffazione procuri enormi conseguenze negative per il nostro sistema economico. E' decisamente entrata nel *sentiment* collettivo anche la considerazione della contraffazione come un reato che fa guadagnare soldi e prestigio alla criminalità organizzata; anche se è alta la quota di popolazione che percepisce la contraffazione come un reato minore, cui è giusto che le Forze dell'ordine dedichino minor tempo rispetto ai reati più gravi.

La stragrande maggioranza degli italiani ritiene inoltre che i prodotti falsi siano dannosi per la salute e la sicurezza delle persone, così come è convinta che il prodotto autentico valga di più e duri di più .

Una leva che rimane decisiva nella scelta di acquistare un falso è quella del prezzo, e gli italiani sono convinti che i prodotti di marca abbiano un prezzo

eccessivo, che supera il loro valore reale: la pensa così il 73,0% degli intervistati, con valori che raggiungono il 75,5% tra i più giovani. Questa convinzione spinge il 31,4% ad affermare che la merce falsa costa di meno e se ne può comprare di più (quota che sale al 41,2% tra gli under 34enni) (tab.3).

Tab. 3 - Opinioni della popolazione sulla contraffazione *(val. %)*

Opinioni	D'accordo	In disaccordo	Non so	Totale
Gli effetti sull'economia				
Comprando merce falsa si fa girare denaro e si aiuta l'economia	15,2	73,3	11,5	**100,0**
La contraffazione danneggia il Made in Italy	85,6	8,8	5,5	**100,0**
La contraffazione sfrutta la manodopera italiana e straniera	77,4	10,7	11,9	**100,0**
La contraffazione nuoce all'economia e sottrae risorse alle casse dello Stato	84,3	7,6	8,1	**100,0**
Il reato				
E' giusto che le Forze dell'Ordine diano la precedenza ad altri reati più gravi della contraffazione	49,3	31,9	18,8	**100,0**
La contraffazione è un reato che dà soldi alla criminalità organizzata	82,7	8,8	8,5	**100,0**
Il prezzo				
Il prezzo di molti articoli originali è eccessivo e supera il loro valore reale	73,0	15,8	11,2	**100,0**
La merce falsa costa di meno e ne posso comprare di più	31,4	54,1	14,6	**100,0**
La qualità				
I prodotti falsi sono dannosi per la salute e la sicurezza delle persone	70,6	12,9	16,5	**100,0**
Il prodotto autentico ha una qualità migliore e dura di più	77,9	12,0	10,1	**100,0**

Fonte: indagine Censis, 2021

I protagonisti della lotta alla contraffazione: prima di tutto i consumatori

Il cittadino-consumatore è e rimane l'artefice principale delle scelte di acquisto di merce contraffatta e deve essere il soggetto cui rivolgere le attività di informazione e sensibilizzazione in modo da renderlo consapevole del ruolo che gioca e protagonista in prima persona della lotta contro la contraffazione.

La consapevolezza dei danni che arreca la contraffazione sembra essere ormai generalizzata: per ottenere ulteriori risultati occorre fare un passaggio più complesso, che è quello di convincere il consumatore del valore – anche economico – della proprietà industriale e degli investimenti che fanno le imprese legali che giustificano prezzi più alti, in modo da spingerlo sempre di più all'acquisto dei prodotti autentici.

SECONDA PARTE

STIMA DEL FATTURATO DELLA CONTRAFFAZIONE NEL MERCATO INTERNO E DEI RELATIVI IMPATTI SULL'ECONOMIA DEL PAESE

1. IL FATTURATO DELLA CONTRAFFAZIONE

La crisi dei consumi provocata dalla pandemia ha avuto un effetto anche sul mercato della contraffazione, riducendolo sensibilmente.

Nel 2020 il fatturato totale della contraffazione, vale a dire la spesa complessiva degli italiani in prodotti contraffatti, è stimato in 6 miliardi e 319 milioni di euro, con una variazione reale del -13,5% rispetto ai 7 miliardi e 208 milioni di euro del 2017 (tab. 1). Rapportando la spesa ai residenti, si ha una media di 107 euro spesi in un anno da ciascun residente sul territorio nazionale.

La distribuzione della spesa per settori merceologici riflette la capacità di adattamento della filiera del falso ai cambiamenti nei gusti e nelle modalità di acquisto che sono intervenuti negli ultimi anni e hanno subito una forte accelerazione nell'anno della pandemia, quando si è avuto un vero e proprio boom del mercato degli acquisti *on line*, al punto che si può dire che nel 2020 il web ha tenuto alto il valore del mercato della contraffazione.

Chiusura degli esercizi commerciali, vita reale spostata davanti ad uno schermo, occasioni di vita fuori casa ridotte al minimo, tempo libero da occupare sono tutti fenomeni che nel 2020 hanno favorito gli acquisti sul web, anche da parte di chi non li aveva mai effettuati prima.

Sul fronte dell'offerta, la garanzia di anonimato, la capacità dei siti web di scomparire e rigenerarsi e la difficoltà di individuare e ripercorrere la filiera, hanno fatto si che crescessero ancora i market place su internet: piattaforme, siti web, pagine social per la commercializzazione di prodotti falsi, con il risultato che sono aumentati gli acquisti di merce *fake* sul web, anche da parte di consumatori inconsapevoli.

Al primo posto per valore dei consumi sul mercato del falso nel 2020 si trovano gli accessori, l'abbigliamento e le calzature il cui valore è stimato in 2 miliardi e 19 milioni di euro, pari al 32,0% del totale della spesa, con una riduzione in valore reale del 16,5% negli ultimi tre anni (Tab.1). Sono compresi nel settore prodotti di abbigliamento di ogni tipo, cinte, borse, portafogli, calzature, tra le quali sono particolarmente rappresentate quelle sportive. Si tratta di un settore che ha risentito fortemente gli effetti

del lockdown e delle restrizioni imposte durante la pandemia, quando si sono ridotte sia le possibilità di acquisto sia quelle di utilizzo di questi prodotti.

Tab. 1 - Stima del fatturato della contraffazione in Italia per categoria merceologica, 2020 *(v.a., val. %, var. % reale 2017-2020)*

Categoria merceologica	v.a. 2020 (mln euro)	val.% 2020	var.% reale 2017-2020
Abbigliamento, accessori e calzature	2.019	32,0	-16,5
Materiale informatico (hardware e software) e audiovideo	1.653	26,2	-29,1
Prodotti alimentari, alcoli e bevande	1.087	17,2	2,5
Apparecchi e materiale elettrico ed elettronico	1.026	16,2	24,1
Orologi e gioielli	285	4,5	-27,2
Profumi e cosmetici	102	1,6	-12,2
Pezzi di ricambio auto	79	1,3	-25,7
Giochi e giocattoli	35	0,5	1,5
Medicinali e dispositivi sanitari	33	0,5	53,8
Totale	**6.319**	**100,0**	**-13,5**

Fonte: stima Censis

Al secondo posto per valore della spesa si trovano il materiale informatico, hardware e software e audiovideo (non sono compresi nel settore gli apparecchi di telefonia mobile), con un valore complessivo di 1 miliardo e 653 milioni di euro, pari al 26,2% del mercato, ridottosi del 29,1% negli ultimi tre anni. Si tratta di un mercato il cui valore rimane elevato come effetto della crescita della digitalizzazione e della domanda di schermi, dei materiali di ricambio ad essi collegati e dei prodotti software, ma che sembra avvertire l'effetto combinato della scomparsa dal mercato del fake dei supporti audio e video di tipo tradizionale e di una maggiore attenzione nei confronti della sicurezza delle apparecchiature hardware e dei sistemi software utilizzati spesso in contesti di studio e di lavoro.

Al terzo posto si pone la spesa per prodotti alimentari, alcoli e bevande, con un valore del mercato interno del falso di 1 miliardo e 87 milioni di euro, in crescita dell'2,5% nel triennio considerato. Non si parla qui di *italian sounding*, ovvero di prodotti commercializzati all'estero con nomi, sapori, immagini che evocano la qualità del cibo *made in Italy*, ma di falsi

prodotti Doc o Igp (alimenti e bevande) o dell'utilizzo di denominazioni di origine improprie per alimenti di qualità che sono commercializzati in Italia o ancora di falsificazioni di prodotti italiani commercializzati nel nostro paese.

Seguono gli apparecchi e materiali elettrici ed elettronici, al cui interno sono compresi, oltre a lampadine ed elettrodomestici, cellulari, smartphone o parti di essi (vetri, cover, auricolari, batterie), con un valore di spesa, nel 2020, di 1 miliardo e 26 milioni di euro, pari al 16,2% del totale, e una crescita del 24,1% nell'ultimo triennio. Quello della telefonia è un settore che è in crescita da anni anche sul mercato legale, ed è fortemente rappresentato nel mercato degli acquisti *on line* dove è più facile essere vittima di raggiri soprattutto per quel che riguarda accessori e componentistica.

Diminuisce fortemente la spesa sul mercato del fake per quelle tipologie di beni che hanno risentito più delle altre della riduzione della mobilità, della chiusura degli esercizi fisici e della contrazione delle occasioni di vita fuori casa:

- la spesa per orologi e gioielli falsi è stimata in 285 milioni di euro, in diminuzione del 27,2% rispetto a tre anni fa;
- la spesa per profumi e cosmetici è di 102 milioni di euro e si è ridotta del 12,2% rispetto al 2017;
- la spesa per ricambi auto non originali è di 79 milioni di euro ed è diminuita del 25,7%.

Rimangono stabili, e anzi in leggera crescita le spese per giochi e giocattoli falsi, che assommano a 35 milioni di euro, con un aumento dell'1,5% nel triennio. Quest'ultimo settore, in particolare, è fortemente interessato anche dalla presenza sul mercato di prodotti non sicuri, che contravvengono alle normative nazionali e comunitarie.

Infine, come novità del 2020 si può considerare la comparsa sul mercato dei dispositivi sanitari falsi (soprattutto igienizzanti e mascherine): questo fenomeno ha fatto salire a 33 milioni di euro la spesa degli italiani per medicinali e dispositivi sanitari contraffatti(+53,8% rispetto al 2017). Anche questo settore è fortemente rappresentato tra i prodotti non conformi alle normative e non sicuri.

2. L'IMPATTO DELLA CONTRAFFAZIONE SULL'ECONOMIA ITALIANA

La contraffazione rappresenta un settore economico parallelo a quelli ufficiale, che nel 2020 ha un valore di mercato stimabile in 6 miliardi e 319 milioni di euro.

Se immaginassimo di riportare per intero tale settore sul mercato legale, considerando il valore della contraffazione come "domanda di consumo perduta", ci sarebbero effetti diretti e indiretti su tutte le principali grandezze economiche, con valori che è possibile stimare.

Gli *effetti diretti* sono quelli direttamente collegati alla produzione dei beni contraffatti; per *effetti indiretti* si intendono, invece, quelli indirettamente attivati dalla domanda aggiuntiva nei diversi settori merceologici a monte e a valle. Questi ultimi sono rappresentati dalla produzione di beni e servizi utilizzati come input intermedi nella produzione, che servono alla realizzazione del prodotto finale.

Immettendo i 6 miliardi e 319 milioni di euro di domanda perduta sul mercato legale si avrebbero un incremento dello 0,6% della produzione interna, comprensiva di tutti i beni necessari per la produzione dei beni contraffatti per un valore complessivo di 17 miliardi di euro, e una ricchezza aggiuntiva per il Paese in termini di valore aggiunto di 6 miliardi e 184 euro (tab.2).

Questo significa che per ogni euro di domanda perduta ci sarebbe una produzione aggiuntiva di 2,7 euro (incluso l'euro di domanda perduta) e 0,98 euro di valore aggiunto.

Inoltre, per garantire una tale produzione aggiuntiva sarebbero necessari materie prime, semilavorati e/o servizi dall'estero per un totale di 6 miliardi e 157 euro di importazioni attivate.

Naturalmente un tale incremento di produzione avrebbe un impatto anche sulla occupazione, generando la necessità di 91.757 unità di lavoro a tempo pieno (con un incremento dello 0,4% delle unità di lavoro), pari a 14,5 unità di lavoro aggiuntive ogni milione di euro di domanda generata, per un

valore medio annuo di circa 69.000 euro per ogni unità di lavoro aggiuntiva.

Tab. 2 - Stima dell'impatto dell'emersione della contraffazione sulle principali variabili economiche, 2020

Variabili economiche	2020
Domanda perduta *(mln di euro)*	6.319
Impatto sulla produzione *(mln di euro)*	17.064
Impatto sul valore aggiunto *(mln di euro)*	6.184
Produzione generata per ogni € di domanda perduta (moltiplicatore)	*2,70*
Valore aggiunto generato per ogni € di domanda perduta (coeff. impatto diretto)	*0,98*
Importazioni attivate *(mln di euro)*	6.157
Importazioni attivate per ogni € di domanda perduta	*0,97*
Impatto sull'occupazione (*unità di lavoro generate)*	91.757
Domanda per ogni unità di lavoro generata (mgl di euro)	*68,9*
Unità di lavoro generate per ogni mln di euro di domanda perduta	*14,5*

Fonte: stima Censis su dati Istat

L'analisi di impatto consente di distinguere i risultati complessivi tra *effetti diretti*, osservabili nelle attività direttamente coinvolte nella filiera della produzione dei beni contraffatti riportati sul mercato legale, e *effetti indiretti,* osservabili nei settori a monte e a valle che si attiverebbero per la produzione di detti beni:

- la produzione attivata nei settori direttamente coinvolti nella contraffazione assorbirebbe il 54,0% del valore generato (che è di 17 miliardi e 64 milioni di euro), per un totale di 9 miliardi e 223 milioni di euro di produzione diretta attivata, mentre quella indiretta avrebbe un valore di 7 miliardi e 841 milioni di euro, pari al 46,0% della produzione attivata (tab.3);

- il valore aggiunto di 6 miliardi e 184 milioni di euro, deriverebbe per 2 miliardi e 717 milioni di euro dall'impatto diretto (43,9% del totale), e per i restanti 3 miliardi e 467 milioni di euro (56,1%) da quello indiretto;

- infine, le unità di lavoro aggiuntive, pari a 91.757, aumenterebbero di 36.922 unità (il 40,2%) in ragione dell'impatto diretto e di 54.835 (il 59,8%) per effetto di quello indiretto.

Tab. 3 - Stima dell'impatto diretto e indiretto dell'emersione della contraffazione sull'economia nazionale, 2020

Impatto	Domanda finale (mln euro)	Produzione attivata (mln euro)	Valore aggiunto generato (mln euro)	Unità di lavoro generate
Diretto	6.319	9.223	2.717	36.922
Indiretto		7.841	3.467	54.835
		val.%		
Diretto	100,0	54,0	43,9	40,2
Indiretto		46,0	56,1	59,8

Fonte: stima Censis su dati Istat

Il modello di analisi di impatto adottato consente inoltre di valutare l'impatto economico della contraffazione sui singoli settori. Come è lecito attendersi l'impatto dell'emersione sarebbe maggiore laddove il valore dei beni contraffatti venduti sul mercato è più alto: pertanto, la produzione aggiuntiva che si potrebbe attivare nei settori abbigliamento, accessori e calzature è di 5 miliardi e 456 milioni di euro, per un totale di 31.761 posti di lavoro aggiuntivi; nel comparto informatico, hardware e software e audio video si potrebbe avere una produzione aggiuntiva di 4 miliardi e 185 milioni di euro con 21.272 nuovi posti di lavoro, mentre nel settore alimentare si creerebbe occupazione per 19.404 unità di lavoro (tab.4).

Tab. 4 - Stima dell'impatto dell'emersione della contraffazione sulle principali variabili economiche dei singoli settori, 2020

Variabili economiche	Prodotti alimentari, alcoli e bevande	Profumi e cosmetici	Abbigliamento, accessori e calzature	Apparecchi e materiale elettrico ed elettronico	Materiale informatico (hardware e software) e audiovideo	Orologi e gioielli	Giochi e giocattoli	Medicinali e dispositivi sanitari	Pezzi di ricambio auto	Totale
Domanda perduta (mln di euro)	1.087	102	2.019	1.026	1.653	285	35	33	79	6.319
Impatto sulla produzione (mln di euro)	3.180	318	5.456	2.790	4.185	735	93	88	220	17.064
Impatto sul valore aggiunto (mln di euro)	1.058	100	1.971	1.007	1.624	280	34	33	78	6.184
Produzione generata per ogni € di domanda perduta (moltiplicatore)	*2,93*	*3,11*	*2,70*	*2,72*	*2,53*	*2,58*	*2,68*	*2,65*	*2,78*	*2,70*
Valore aggiunto generato per ogni € di domanda perduta (coeff. impatto diretto)	*0,97*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*	*0,98*
Importazioni attivate (mln di euro)	760	170	1650	1231	1845	376	25	42	57	6.157
Importazioni attivate per ogni € di domanda perduta	*0,70*	*1,66*	*0,82*	*1,20*	*1,12*	*1,32*	*0,72*	*1,27*	*0,72*	*0,97*
Impatto sull'occupazione (unità di lavoro generate)	19.404	1.155	31.761	12.750	21.272	3.527	528	361	1.000	91.757
Domanda per ogni unità di lavoro generata (mgl di euro)	*56,0*	*88,4*	*63,6*	*80,5*	*77,7*	*80,9*	*65,7*	*91,6*	*79,1*	*68,9*
Unità di lavoro generate per ogni mln di € di domanda perduta	*17,9*	*11,3*	*15,7*	*12,4*	*12,9*	*12,4*	*15,2*	*10,9*	*12,6*	*14,5*

Fonte: stima Censis su dati IstaT

3. LA STIMA DELL'IMPATTO FISCALE

La spesa in prodotti contraffatti, stimata in 6 miliardi e 319 milioni di euro per l'anno 2020, genera un mancato gettito per le casse dello Stato pari a circa 1 miliardo e 422 milioni di euro, pari all' 1,0% del totale delle entrate relative alle categorie di imposte considerate.

Di questi, il 35% deriva da imposte dirette sull'impresa (Ires, Irap) e sul lavoro dipendente (Irpef), per un totale di circa 490 milioni di euro, e il resto - pari a 932 milioni di euro - dalle imposte indirette sulle vendite (IVA) (tab.5).

Se, oltre alla domanda diretta, si considerano anche le imposte derivanti dalla produzione attivata in altri settori dell'economia a monte e a valle di quelli direttamente interessati, che ammontano a 3 miliardi e 387 milioni di euro, il mancato gettito complessivo raggiunge 4 miliardi e 810 milioni di euro. Di questi, 3 miliardi e 464 milioni di euro sono ascrivibili ad IVA non versata, e 1 miliardo e 345 milioni a redditi da impresa (632 milioni di Ires e 248 di Irap) e da lavoro (465 milioni). Tale mancato gettito complessivo rappresenta circa l' 1,9% del totale delle entrate dello Stato accertate della stessa categoria (tab. 6).

Di seguito si riportano i risultati delle analisi, suddivisi per categoria di imposta, categoria merceologica e domanda diretta e indiretta.

Tab. 5 - Gettito tributario generato dall'emersione della contraffazione in Italia, per categoria di imposta, 2020 *(v.a. mln euro)*

Imposte	Su domanda diretta	Su produzione attivata	Totale diretta e attivata
Imposte dirette			
Ires (redditi di impresa)	183,9	448,2	632,1
Irap (redditi di impresa)	67,8	180,5	248,3
Irpef (redditi da lavoro dipendente)	238,4	226,5	464,9
Totale imposte dirette	**490,1**	**855,2**	**1.345,3**
Imposte indirette			
Gettito IVA sulla vendita	932,1	2.532,2	3.464,2
Totale imposte indirette	**932,1**	**2.532,2**	**3.464,2**
Totale	**1.422,2**	**3.387,4**	**4.809,5**

Fonte: stima Censis

Tab. 6- Gettito tributario generato dall'emersione della contraffazione in Italia, per categoria di imposta e in rapporto alle entrate dello Stato, 2020 *(v.a. mln euro e val. % su accertamenti dello Stato)*

Imposte	Gettito generato dalla contraffazione (A)	Accertamenti Entrate Stato (B)	% (A/B)
Imposte dirette			
Ires (redditi di impresa)	632	52.254	1,2
Irap (redditi di impresa)	248	9.822	2,5
Irpef (redditi da lavoro dipendente)	465	77.163 (1)	0,6
Totale imposte dirette	**1.345**	**139.239**	**1,0**
Imposte indirette			
IVA di cui:			
- Scambi interni	3.464	100.846 (2)	3,4
- Importazioni		10.041	
Totale imposte indirette	**3.464**	**110.887**	**3,1**
Totale	**4.809**	**250.126**	**1,9**

(1) Il dato è depurato della quota di ritenute che l'Inps nel corso dell'anno 2020 ha versato sulla Cassa integrazione guadagni riconosciuta ai dipendenti privati e che affluiscono nel capitolo delle ritenute dei dipendenti del settore pubblico.
(2) Per rendere omogeneo il valore con quello indicato nei Rapporti delle edizioni precedenti, il dato IVA per scambi interni (113.595 mln di euro) è indicato in tabella già al netto dell'importo di 12.749 milioni di euro derivante dai versamenti delle P.A. in relazione al meccanismo del c.d. *split payment* (L. n. 190/2014). Il dato inoltre risente dell'introduzione negli articoli 61 e 62 del decreto Legge 17 marzo 2020 n. 18 che hanno rinviato i versamenti dell'IVA.

Fonte: stima Censis

Il mancato gettito per imposte dirette

Il gettito mancato generato da domanda diretta e produzione attivata dalla contraffazione in Italia sulle imposte dirette ammonta a circa 1 miliardo e 345 milioni di euro e risulta per 632 milioni di euro imputabile all'Ires e per 248 milioni all'Irap non versata su redditi di impresa; a questi va aggiunta l'Irpef su redditi da lavoro riferiti alle unità di lavoro potenzialmente coinvolte nel fenomeno della contraffazione, per un ammontare pari a 465 milioni di euro circa (tab.7). Il settore in cui risultano evase maggiori imposte dirette è quello dell'abbigliamento, accessori e calzature, per un totale di circa 436 milioni di mancati versamenti, seguito da quello del materiale informatico (hardware e software) e audio video, in cui le imposte dirette dovute e non versate sono pari a 339 milioni di euro.

Il mancato gettito per imposte indirette

Il totale del mancato gettito IVA relativo alla spesa finale del comparto interessato - c.d. domanda diretta- e alla domanda attivata nei settori interessati dalla relativa spesa - c.d. domanda indotta– è pari a 3,5 miliardi di euro. Di questi, circa 932 milioni di euro sono imputabili al mancato gettito per la sola fase finale di spesa e 2 miliardi e 532 milioni all'imposta non versata relativa alla domanda indotta, per un totale di oltre 3 miliardi di euro di IVA non versata (tab.8).

Il comparto su cui risulta essere più alto il valore dell'IVA non versata è quello dell'abbigliamento, accessori e calzature, con un totale di 1 miliardo e 233 milioni di IVA non versata.

Tab. 7 - Gettito per imposte dirette generato dall'emersione della contraffazione in Italia, per categoria merceologica, 2020 *(v.a. mln euro)*

Categoria merceologica	Ires su domanda finale	Ires su produzione attivata	Totale Ires	Irpef su redditi da lavoro dipendente domanda diretta e attivata	Irap su domanda finale	Irap su produzione attivata	Totale Irap	Totale imposte dirette
Prodotti alimentari, alcoli e bevande	29,5	81,4	110,9	72,4	11,2	32,1	43,2	226,5
Abbigliamento, accessori e calzature	60,4	144,3	204,8	148,9	22,9	59,9	82,7	436,4
Profumi e cosmetici	3,0	8,6	11,8	7,1	1,3	3,6	4,9	23,8
Giochi e giocattoli	1,0	2,5	3,5	2,6	0,4	1,00	1,4	7,5
Materiale informatico (hardware e software) e audiovideo	47,3	109,9	157,2	122,9	16,3	43,1	59,3	339,4
Apparecchi e materiale elettrico	30,6	73,8	104,4	81,0	11,4	29,7	41,1	226,5
Orologi e gioielli	8,2	19,2	27,4	21,9	3,1	7,8	10,8	60,1
Pezzi di ricambio auto	2,3	5,8	8,1	5,9	0,9	2,3	3,2	17,2
Medicinali e dispositivi sanitari	1,4	2,7	4,1	2,1	0,5	1,1	1,7	7,9
Totale	**183,9**	**448,2**	**632,1**	**464,9**	**67,8**	**180,5**	**248,3**	**1.345,3**

Fonte: stima Censis

Tab. 8 - Gettito per IVA generato dall'emersione della contraffazione in Italia, per categoria merceologica, 2020 *(v.a. mln euro)*

Categoria merceologica	IVA su domanda finale	IVA su produzione attivata	Totale IVA
Prodotti alimentari, alcoli e bevande	119,62	394,92	514,54
Abbigliamento, accessori e calzature	350,12	883,05	1.233,17
Profumi e cosmetici	8,90	39,31	48,21
Giochi e giocattoli	6,00	15,02	21,02
Materiale informatico (hardware e software) e audiovideo	243,20	627,46	870,66
Apparecchi e materiale elettrico	147,76	417,90	565,66
Orologi e gioielli	42,30	110,74	153,04
Pezzi di ricambio auto	11,30	33,33	44,63
Medicinali e dispositivi sanitari	2,88	10,41	13,29
Totale	**932,08**	**2.532,15**	**3.464,23**

Fonte: stima Censis