

2. La contraffazione in Italia

Il presente capitolo descrive nei tratti essenziali le vittime, il volume e le conseguenze economiche delle importazioni di prodotti contraffatti e piratati in Italia. Elenca le principali economie di provenienza dei prodotti sequestrati dalla dogana italiana e mette a confronto la possibilità per ogni Paese di essere fonte di merci contraffatte vendute in Italia. Descrive poi le tipologie di prodotti maggiormente oggetto di contraffazione e, adottando un nuovo metodo appositamente ideato, quantifica il grado di contraffazione per ciascuna di esse. Si passa poi a distinguere tra mercati primari e secondari e viene analizzato il fattore di “danno ai consumatori”. Il capitolo si conclude con un’analisi degli effetti dannosi della contraffazione per l’economia italiana in termini di benessere dei consumatori, mancate vendite, perdita di posti di lavoro e mancato gettito fiscale per il governo.

2.1. Chi è interessato e in che modo?

In Italia le importazioni di prodotti contraffatti e piratati interessano principalmente:

- le imprese italiane del commercio all'ingrosso e al dettaglio
- il governo italiano
- i consumatori italiani.

Si potrebbe ribattere ovviamente dicendo che anche i titolari di Diritti di Proprietà Intellettuale ne risentono. Ad esempio, nei casi in cui un prodotto contraffatto introdotto illegalmente sul mercato italiano viola anche i Diritti di Proprietà Intellettuale italiani. Onde evitare doppi conteggi, questi casi sono presi in analisi nel Capitolo 3 del presente Rapporto.

2.1.1. Imprese

I grossisti e i dettaglianti autorizzati italiani possono essere gravemente colpiti dall'introduzione illecita di prodotti contraffatti in Italia. Il danno viene principalmente dalle vendite di prodotti falsi sui mercati secondari, ovvero a consumatori che consapevolmente li acquistano. Questo a sua volta porta a minori livelli occupazionali in entrambi i settori.

D'altra parte alcuni settori possono in realtà beneficiare del fenomeno della contraffazione. I soggetti intermediari, come compagnie di navigazione e corrieri, possono ad esempio registrare una maggiore domanda dei loro servizi a causa del traffico di merci contraffatte.

La metodologia elaborata di seguito si concentra solo sulle perdite subite dal commercio all'ingrosso e al dettaglio a causa delle attività di pirateria e contraffazione. Non tiene conto dell'impatto positivo della produzione di merci contraffatte né dei potenziali utili che gli intermediari ricavano dal commercio di tali beni.

Al riguardo, le ragioni principali sono due. Innanzitutto si sa troppo poco sull'esatta natura delle attività di contraffazione per definire un quadro econometrico chiaro che possa quantificare gli eventuali impatti positivi. In secondo luogo, i soggetti che traggono vantaggi dalla contraffazione e dalla pirateria spesso operano in un ambiente economico illegale. I vantaggi derivanti quindi non contribuiscono al benessere sociale ma comportano una serie di esternalità negative quali il depotenziamento del sistema legale, la corruzione delle strutture di governance e la comparsa di reti criminali.

2.1.2. Governo

Per i governi, gli effetti principali del traffico di prodotti contraffatti sono rappresentati dal mancato gettito fiscale. Innanzitutto, i minori volumi di vendite e il calo dei profitti per grossisti e dettaglianti riducono direttamente le imposte sul reddito delle società. In secondo luogo, le vendite sui mercati secondari da parte di grossisti e dettaglianti tendenzialmente non vengono registrate; ciò porta a un minore gettito derivante dalle imposte sulle vendite e dall'IVA. Infine le perdite di posti di lavoro causate dalla contraffazione riducono le imposte sui salari, in particolare in termini di contributi previdenziali e di imposte sul reddito delle persone fisiche.

In una prospettiva di più lungo termine, il commercio di beni contraffatti può avere anche effetti socio-economici più generali e di più ampio raggio sui governi, ad esempio in ambiti quali commercio, innovazione e crescita, occupazione, ambiente e attività

criminoze. Tuttavia, a causa della mancanza di dati statistici sufficienti e uniformi riferiti alle diverse economie, la quantificazione di tali impatti non è possibile in questa fase (vedere il Riquadro 2.1).

Riquadro 2.1. Gli effetti a lungo termine della contraffazione e della pirateria

La presenza di prodotti contraffatti e piratati può avere profonde implicazioni a lungo termine. Per i diversi settori industriali, la continua disponibilità sul mercato di prodotti contraffatti può danneggiare il valore di un marchio e l'immagine dei produttori di prodotti autentici. Ad esempio, i consumatori che acquistano articoli contraffatti ritenendo che siano autentici incolperanno il produttore del prodotto originale qualora il falso non soddisfi le loro attese, danneggiandone quindi la reputazione. Se i consumatori non si rendono conto di essere stati ingannati, potrebbero essere riluttanti ad acquistare altri prodotti da quel produttore e potrebbero comunicare la propria insoddisfazione ad altri potenziali acquirenti. Inoltre, i consumatori che acquistano il prodotto autentico potrebbero essere dissuasi dal farlo vista la disponibilità di una versione contraffatta. Dato che questi consumatori sono consapevoli del possibile inganno sul mercato primario, potrebbero adeguare le proprie attese riguardo ai consumi futuri.

Inoltre, la diminuzione dei profitti e delle entrate dovuta alla pirateria e alla contraffazione porta a sua volta a minori investimenti da parte dei titolari di diritti, compresi gli investimenti nelle attività di ricerca e sviluppo (R&S). Questo potrebbe tradursi in una minore innovazione, rallentando il progresso tecnologico e riducendo il tasso di crescita economica a più lungo termine.

2.1.3. Consumatori

Per i consumatori, il traffico di prodotti contraffatti può ridurre il valore o il grado di soddisfazione derivante dai prodotti in questione per le differenze con prodotti di prezzo analogo in termini di qualità e/o prestazioni. Tali differenze vengono tendenzialmente notate, ad esempio quando un consumatore acquista un prodotto contraffatto di bassa qualità sul mercato primario pensando di comprare un articolo originale di alta qualità.

Inoltre i prodotti contraffatti aumentano drasticamente i potenziali effetti negativi per la salute e la sicurezza dei consumatori. I contraffattori, che mirano al mercato primario, se da una parte hanno interesse a massimizzare i profitti, dall'altra sono poco interessati o non hanno alcun interesse a garantire la qualità, l'efficacia o la sicurezza dei prodotti. Ad ogni modo il controllo normativo della catena di fornitura di prodotti farmaceutici e apparecchiature medicali in Italia è efficiente ed, infatti, non è stato individuato alcun caso significativo di proliferazione di prodotti farmaceutici o apparecchiature medicali contraffatti nella catena di fornitura dei prodotti autentici. Inoltre, anche nell'eventualità di danni generati da tale commercio, essi non sono quantificabili in modo semplice e quindi non rientrano nell'ambito della presente analisi.

2.1.4. L'impatto complessivo

Vi sono quindi quattro aree di impatto del traffico di prodotti contraffatti in Italia che questo studio è in grado di quantificare con un livello relativamente alto di solidità:

1. mancate vendite per grossisti e dettaglianti;
2. perdita di posti di lavoro nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio;

3. minore gettito fiscale;
4. calo del benessere dei consumatori.

I dati e il quadro metodologico elaborato per calcolare questi effetti sono presentati nell'Allegato A.1 e nell'Allegato A.2.

2.2. Il mercato dei prodotti contraffatti in Italia

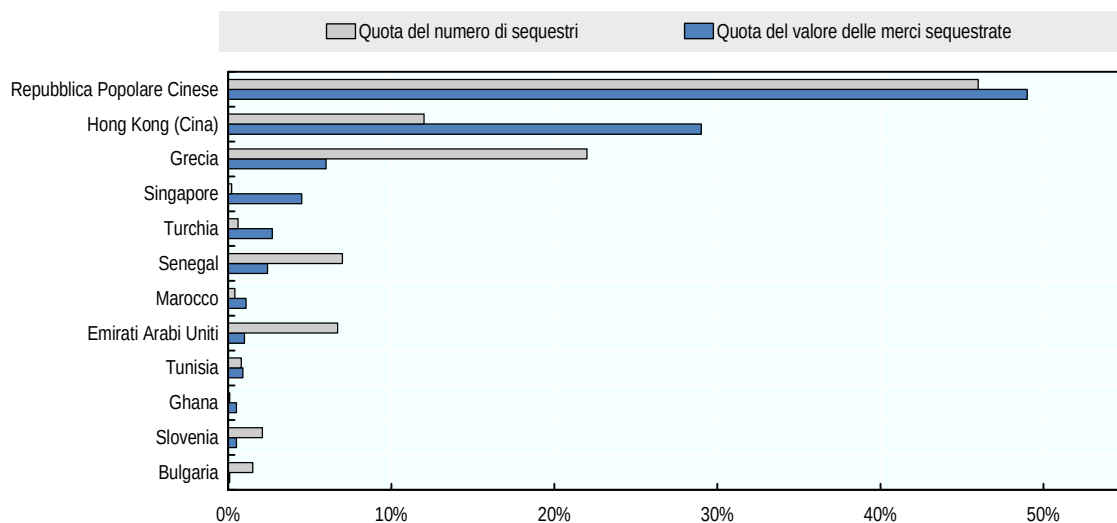
Prima di calcolare le conseguenze economiche delle importazioni di prodotti contraffatti e piratati in Italia, è necessario quantificare il volume e la portata di tali importazioni nel Paese.

I seguenti paragrafi forniscono alcune statistiche descrittive sulla portata del mercato delle importazioni di prodotti contraffatti e piratati in Italia. Dato che il valore dei prodotti contraffatti e piratati sequestrati dalle autorità doganali probabilmente rappresenta solo una frazione del valore effettivo dei falsi introdotti illegalmente nel territorio, per fornire una stima ragionevole dell'intero valore questa sezione applica il metodo GTRIC (General Trade-Related Index of Counterfeiting) sviluppato all'interno dello studio OCSE/EUIPO (2016) e presentato in dettaglio nell'Allegato A.4.

2.2.1. Da dove provengono principalmente i prodotti contraffatti che entrano in Italia?

L'analisi dei dati sui sequestri effettuati dalle autorità doganali italiane mostra che i prodotti contraffatti importati in Italia tra il 2011 e il 2013 provenivano principalmente da Cina e Hong Kong (Cina), rappresentando rispettivamente circa il 50% e il 29% del valore totale sequestrato dalla dogana italiana (Figura 2.1). Seguono Grecia (6%), Singapore (4%) e Turchia (2%).

Figura 2.1. Principali economie di provenienza dei prodotti contraffatti sequestrati dalle autorità doganali italiane, 2011-2013



Per poter determinare la probabilità che ciascun economia di provenienza sia fonte di prodotti contraffatti venduti in Italia, i dati sui sequestri effettuati in dogana devono essere comparati con i dati sulle importazioni e sulle vendite italiane di prodotti autentici per ogni Paese. A tal fine è stato utilizzato l'indice GTRIC-e (General Trade-Related

Index of Counterfeiting for economies, Indice generale di contraffazione e pirateria rapportato al commercio delle economie nazionali) che compara l'entità dei sequestri di prodotti contraffatti spediti da una data economia di provenienza con la quota di tale economia di provenienza nelle importazioni italiane di prodotti autentici. L'indice GTRIC-e assegna un punteggio elevato a un'economia da cui proviene un alto valore di prodotti contraffatti in termini assoluti o quando una quota significativa di importazioni italiane provenienti da tale economia è contraffatta.

La Tabella 2.1 mostra le dieci principali economie da cui più verosimilmente provengono i prodotti contraffatti introdotti illegalmente in Italia per il periodo 2011-2013 (vedere la Tabella B.1 nell'Allegato B per un elenco completo). Chiaramente alcune di queste economie di provenienza, guidate in primis dalla Cina, sembrano essere le fonti principali di prodotti contraffatti destinati all'Italia.

Alcune di queste principali economie di provenienza di prodotti contraffatti e piratati spediti in Italia sono state identificate come principali nodi di transito nel mercato globale di merci false nel recente studio OCSE/EUIPO (2017). Tra queste vi sono Hong Kong (Cina), Singapore, Emirati Arabi Uniti o la Siria. Altre economie asiatiche minori che risultano essere importanti esportatori di merci false in Italia, sono piuttosto produttori diretti di tali prodotti contraffatti. Tra queste vi sono le Filippine, il Pakistan, la Malaysia e la Thailandia. Infine vi sono le economie del Nord Africa - come Tunisia e Marocco - e la Turchia, identificate anch'esse come principali economie di provenienza di prodotti contraffatti in Italia per la loro importanza come produttori di merci contraffatte e piratate o come nodi strategici di transito.

Tabella 2.1 indica che una quota significativa del commercio di prodotti contraffatti destinati all'Italia transita attraverso altri Paesi europei o dai Balcani, tra cui Grecia, Bulgaria, Germania, Slovenia, Albania e Malta. Ciò trova riscontro nelle interviste effettuate agli operatori delle autorità doganali italiane, i quali hanno precisato che molti prodotti contraffatti che arrivano in Italia transitano inizialmente in Europa attraverso porti dell'Europa occidentale e settentrionale. Tali beni contraffatti vengono poi trasportati su camion in Italia attraverso le vaste e ben articolate reti autostradali europee

Tabella 2.1. Le economie da cui più verosimilmente provengono i prodotti contraffatti e piratati importati in Italia

Valori GTRIC-e, media 2011-2013

Economia di provenienza	GTRIC-e
Repubblica Popolare Cinese	1,000
Hong Kong (Cina)	1,000
Senegal	1,000
Grecia	1,000
Emirati Arabi Uniti	0,959
Tunisia	0,864
Bulgaria	0,816
Slovenia	0,774
Marocco	0,762
Turchia	0,726
Singapore	0,663
Filippine	0,568
Pakistan	0,563
Germania	0,462
Perù	0,438
Siria	0,394
Tailandia	0,332
Albania	0,318
Malesia	0,289
Malta	0,278

Nota: Un punteggio GTRIC-e elevato indica che un'economia è molto incline a essere fonte di prodotti contraffatti venduti in Italia, in termini assoluti o come quota delle importazioni italiane. I risultati per tutte le economie di provenienza per gli anni 2011, 2012 e 2013 sono riportati nella Tabella B.1 dell'Allegato B.

Il transito intraeuropeo di prodotti contraffatti pone numerose sfide per le autorità doganali italiane. Secondo la normativa europea, le merci vengono sdoganate all'arrivo nell'UE anche se la loro destinazione finale è un altro Stato membro. Tuttavia i funzionari doganali presso i porti di arrivo diversi da quelli italiani potrebbero percepire il traffico di merci contraffatte destinate a un altro Stato membro come un rischio di priorità relativamente inferiore. Inoltre, i controlli effettuati dalle dogane italiane sui prodotti che entrano in Italia da altri Stati membri dell'UE via terra sarebbero estremamente costosi e complessi, e costituirebbero un grosso ostacolo per il commercio in generale.

Di conseguenza il rischio di intercettazione di prodotti contraffatti destinati all'Italia sembra essere inferiore se i contraffattori decidono di entrare nell'UE attraverso Stati membri diversi dall'Italia.

Nel corso delle interviste, le autorità doganali italiane hanno confermato il fenomeno: i controlli casuali sui trasporti provenienti da altri Paesi membri dell'UE eseguiti sporadicamente al tunnel del Monte Bianco che collega Italia e Francia hanno rivelato un grande volume di prodotti contraffatti destinati all'Italia, provenienti da Paesi extra-UE.

Tendenze analogamente allarmanti si osservano nel contesto delle piccole spedizioni postali o tramite corriere espresso. Secondo alcune interviste svolte presso le autorità italiane di contrasto, il volume dei prodotti contraffatti inviati tramite piccole spedizioni continua a crescere. Inoltre la maggioranza dei falsi spediti in colli di piccole dimensioni proviene da altri Paesi dell'UE e giunge tramite i maggiori hub aeroportuali dedicati alle

piccole spedizioni come Leipzig (Germania), East Midlands (Regno Unito) e Liegi (Belgio).¹

L'ultima tendenza interessante è la grande quantità di materiale per etichettatura e confezionamento che viola la Proprietà Intellettuale introdotto illegalmente in Italia (Riquadro 2.2).

Riquadro 2.2. Materiale per etichettatura e confezionamento che viola la Proprietà Intellettuale

L'analisi dei dati contenuti nel database dei sequestri e le interviste effettuate a funzionari delle autorità italiane di contrasto confermano la grande quantità di materiale per etichettatura e confezionamento che viola la Proprietà Intellettuale introdotto illegalmente in Italia.

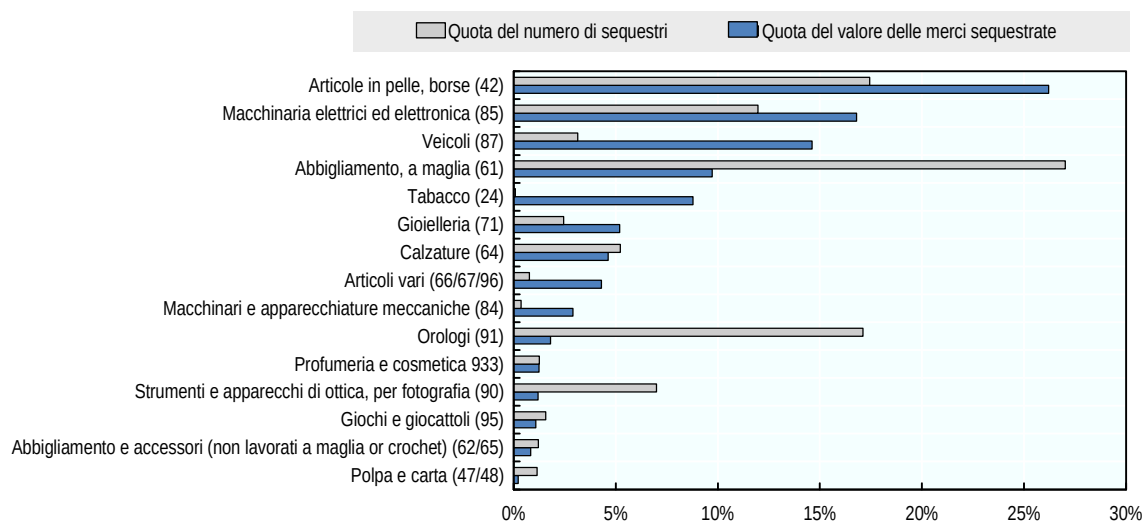
Confezioni, etichette e loghi vengono spediti separatamente dai prodotti da contraffare; spesso tali prodotti vengono inviati senza alcun marchio di fabbrica. Poiché tali merci "senza nome" non violano nessun marchio di fabbrica (solo i diritti di disegno in alcuni casi), è molto più difficile per le autorità di contrasto individuarle e sequestrarle. L'etichettatura finale ha luogo in un secondo momento da qualche parte in Italia o in altri Stati membri dell'UE.

Questo approccio riduce fortemente il rischio per i contraffattori che i prodotti vengano intercettati e trattenuti; in questi casi l'intercettazione è limitata principalmente al sequestro delle confezioni e di materiale analogo. Questa nuova strategia da parte dei contraffattori conferma quanto rilevato in uno studio svolto da OHIM ed Europol (2015) sull'assemblaggio in territorio nazionale dei prodotti contraffatti e piratati utilizzando materiali importati.

2.2.2. Quali tipologie di prodotti sono maggiormente oggetto di contraffazione?

I dati disponibili sui sequestri in dogana di merci che violano i Diritti di Proprietà Intellettuale introdotte illegalmente in Italia possono essere impiegati anche per quantificare le tipologie di prodotti oggetto di violazione nel Paese. Si noti che nel 2013 una vasta gamma di categorie merceologiche è stata oggetto di contraffazione in Italia (vedere la Figura 2.2). Ciò significa che qualsiasi tipo di prodotto per il quale la Proprietà Intellettuale aggiunge un valore economico, e quindi crea differenziali di prezzo, può essere oggetto di interesse per i contraffattori e una potenziale minaccia per l'economia e la società italiana.

Mentre una vasta gamma di prodotti è sensibile alla violazione, l'intensità della contraffazione varia in modo significativo in base alle categorie merceologiche. Ciò trova riscontro nelle statistiche sui sequestri riportate nella Figura 2.2, i quali si concentrano su un numero relativamente limitato di categorie merceologiche come articoli in pelle e borse, dispositivi ICT, abbigliamento, orologi, gioielli e occhiali da sole.

Figura 2.2. Sequestri di merci contraffatte in Italia suddivisi per tipologia di prodotto, 2011-2013

Nota: I numeri tra parentesi sono i codici del Sistema Armonizzato (SA) come definiti dalle Statistiche sugli scambi commerciali delle Nazioni Unite (UN Trade Statistics, 2017).

Una misura significativa della probabilità che le diverse tipologie di prodotti che violano i DPI siano vendute in Italia può essere ottenuta tramite l'indice GTRIC-p (Indice generale di contraffazione e pirateria rapportato alle categorie merceologiche). Come per l'indice GTRIC-e, la numerosità di sequestri per una data categoria merceologica viene comparata con la quota della stessa categoria merceologica nelle importazioni italiane di prodotti autentici. Il risultato è una classificazione di prodotti introdotti illegalmente in Italia in base alla probabilità che vengano contraffatti (vedere la Tabella B.2 nell'Allegato B per un elenco completo).

Tabella 2.2. Principali 25 categorie merceologiche in termini di probabilità di contraffazione

Punteggi GTRIC-p, media 2011-2013

Categoria merceologica (codici SA)	GTRIC-p
Orologi (91)	1,000
Articoli in pelle, borse (42)	1,000
Abbigliamento, a maglia (61)	1,000
Tabacco (24)	0,999
Articoli vari (66/67/96)	0,999
Giochi e giocattoli (95)	0,985
Calzature (64)	0,965
Profumeria e cosmetica (33)	0,904
Prodotti della stampa (49)	0,866
Strumenti e apparecchi di ottica, per fotografia e apparecchiature medicali (90)	0,857
Macchinari elettrici ed elettronica (85)	0,831
Veicoli (87)	0,513
Gioielleria (71)	0,483
Abbigliamento e accessori (non lavorati a maglia o crochet) (62/65)	0,436
Materie plastiche e lavori di tali materie (39)	0,374
Estratti per concia o per tinta (32)	0,368
Macchinari e apparecchiature meccaniche (84)	0,353
Polpa e carta (47/48)	0,330
Ferro e acciaio, e lavori in tali materie (72/73)	0,296
Prodotti farmaceutici (30)	0,264
Utensili e coltelleria in metallo comune (82)	0,239
Prodotti alimentari (02-21)	0,222
Gomma e lavori di gomma (40)	0,213
Vetro e prodotti in vetro (70)	0,181
Arredi (94)	0,178

Nota: Un punteggio GTRIC-p elevato indica una categoria merceologica maggiormente oggetto di contraffazione, ovvero avente elevato valore in euro nel caso di prodotti contraffatti, o un'ampia quota di vendite in Italia nella categoria merceologica contraffatta. I numeri tra parentesi sono i codici del Sistema Armonizzato (SA) come definiti dalle Statistiche sugli scambi commerciali delle Nazioni Unite (UN Trade Statistics, 2017). I valori sono pari a zero per le categorie SA non visualizzate in questa tabella.

2.2.3. A quanto ammonta il valore totale dei prodotti contraffatti venduti in Italia?

Le stime più attendibili - basate sui dati forniti dalle autorità doganali e sul metodo GTRIC - indicano che le importazioni di prodotti contraffatti e piratati in Italia hanno rappresentato ben 10,4 miliardi di euro nel 2013, che equivale al 3% delle importazioni italiane di prodotti autentici. Il termine “ben” è importante, poiché indica il limite massimo dei prodotti contraffatti e piratati importati in Italia. Inoltre, questo importo non tiene conto delle merci contraffatte e piratate prodotte e consumate sul territorio italiano né dei prodotti digitali piratati distribuiti tramite Internet.

L'analisi rivela inoltre che l'entità della contraffazione in Italia varia considerevolmente in base alle categorie merceologiche. In termini di settori con la quota maggiore di falsi importati, gli articoli in pelle e le borse si posizionano al primo posto. Il 15,3% delle merci importate in Italia in questa categoria sono prodotti falsi. A seguire troviamo giochi e giocattoli con il 14,3% (vedere la Tabella 2.3 per le 18 principali categorie del 2013 e l'Allegato B per i risultati completi in base alle categorie SA relativamente agli anni 2011, 2012, 2013).

Tabella 2.3. Principali categorie merceologiche oggetto di contraffazione nelle importazioni in Italia in termini relativi, 2013

In termini di quota all'interno della categoria merceologica

Categoria AS	Quota di importazioni di merci false
Articoli in pelle, borse (42)	15,3%
Giochi e giocattoli (95)	14,3%
Articoli vari (66/67/96); <i>compresi penne di lusso, gemelli, spille, accendini e ombrelli.</i>	13,4%
Abbigliamento, a maglia (61)	12,7%
Calzature (64)	10,8%
Orologi (91)	9,8%
Prodotti della stampa (49); <i>comprese scatole e confezioni false destinate all'assemblaggio in territorio nazionale.</i>	9,6%
Macchinari elettrici ed elettronica (85); <i>compresa una vasta gamma di dispositivi ICT.</i>	9,3%
Strumenti e apparecchi di ottica, per fotografia e apparecchiature medicali (90); <i>compresi occhiali da sole</i>	9,0%
Tabacco (24)	7,7%
Profumeria e cosmetica (33)	5,8%
Abbigliamento e accessori (non lavorati a maglia o crochet) (62/65)	5,8%
Veicoli (87); compresi ricambi e accessori auto	4,2%
Gioielleria (71)	3,6%
Macchinari e apparecchiature meccaniche (84); <i>compresi computer, tablet, macchine utensili ed elettrodomestici.</i>	3,5%
Estratti per conca o per tinta (32); <i>comprese cartucce per toner.</i>	3,5%
Materie plastiche e lavori di tali materie (39); <i>comprese false confezioni in plastica destinate all'assemblaggio in territorio nazionale.</i>	3,1%
Utensili e oggetti di coltelleria in metallo comune (82); <i>compresi utensili manuali, piccola coltelleria da cucina, lame per rasoio.</i>	2,4%
Altri articoli in tessuto (63); <i>compresi tappeti, coperte, cuscini.</i>	2,2%

Nota: I numeri tra parentesi sono i codici del Sistema Armonizzato (SA) come definiti dalle Statistiche sugli scambi commerciali delle Nazioni Unite (UN Trade Statistics, 2017).

In termini assoluti i dispositivi ICT (componenti elettrici ed elettronici) sono stati quelli maggiormente contraffatti, con prodotti falsi importati in Italia per un valore stimato di 2,3 miliardi di euro. Questa categoria comprende una vasta gamma di dispositivi come telefoni cellulari, lettori DVD, cuffie, auricolari, microfoni, batterie. ecc. Seguono macchinari e apparecchiature meccaniche contraffatti (ad es. computer, tablet, elettrodomestici, aspirapolvere), per i quali il valore dei prodotti falsi importati ammonta a circa 1 miliardo di euro (vedere la Tabella 2.4 per le categorie principali e la Tabella B.3 nell'Allegato B per i risultati completi in base alle categorie SA relativamente agli anni 2011, 2012, 2013).

Va evidenziato che questi risultati sono in linea con gli esiti di altre ricerche e statistiche sull'argomento. In generale, in altri mercati è stato rilevato un cambiamento globale nei prodotti che vengono contraffatti, dai beni di consumo di lusso a qualsiasi categoria merceologica per cui la Proprietà Intellettuale offra margini di profitto. Ne è un esempio il settore ICT che di recente è stato particolarmente preso di mira. Ciò trova conferma in numerose pubblicazioni dell'OCSE (OCSE, 2017), EUIPO-ITU (EUIPO/ITU, 2017) o anche nella prossima pubblicazione del Centro comune di ricerca della Commissione Europea e del Politecnico di Milano (Thumm e al. 2018).

Tabella 2.4. Principali categorie merceologiche oggetto di contraffazione nelle importazioni in Italia in termini assoluti, 2013

Categoria AS	Valore in milioni di euro
Macchinari elettrici ed elettronica (85); compresa una vasta gamma di dispositivi ICT.	2.263
Macchinari e apparecchiature meccaniche (84); compresi computer, tablet, macchine utensili.	1.076
Veicoli (87); compresi ricambi e accessori auto.	1.023
Strumenti e apparecchi di ottica, per fotografia e apparecchiature medicali (90); <i>compresi occhiali da sole</i>	781
Abbigliamento, a maglia (61)	725
Calzature (64)	495
Prodotti alimentari (02-21)	481
Materie plastiche e lavori di tali materie (39); comprese false confezioni in plastica destinate all'assemblaggio in territorio nazionale.	476
Ferro, acciaio e lavori in tali materie (72/73); compresi utensili da cucina, pentole, chiavi, sanitari, cucine a gas.	392
Articoli in pelle, borse (42)	352
Abbigliamento e accessori (non lavorati a maglia o crochet) (62/65)	328
Prodotti farmaceutici (30); compresi farmaci "lifestyle".	297
Gioielleria (71)	283
Giochi e giocattoli (95)	247
Tabacco (24)	158
Profumeria e cosmetica (33)	134
Orologi (91)	128
Articoli vari (66/67/96); compresi penne di lusso, gemelli, spille, accendini e ombrelli.	126

Nota: I numeri tra parentesi sono i codici del Sistema Armonizzato (SA) come definiti dalle Statistiche sugli scambi commerciali delle Nazioni Unite (UN Trade Statistics, 2017).

2.3. I mercati primari e secondari dei prodotti contraffatti venduti in Italia

Due domande sono essenziali nella valutazione dell'impatto economico dei prodotti contraffatti introdotti illegalmente in Italia per il settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio, per i consumatori e per il governo. La prima domanda è: quale è la proporzione tra prodotti contraffatti venduti sul mercato primario e quelli venduti sul mercato secondario in Italia? La seconda è: all'interno dei mercati secondari, qual è il tasso con il quale ogni acquisto di merci contraffatte da parte dei consumatori italiani sostituisce un acquisto di prodotti autentici?

La distinzione tra mercati primari e secondari precedentemente descritta è fondamentale. Ogni articolo falso venduto sul mercato primario rappresenta chiaramente una perdita diretta per il commercio all'ingrosso e al dettaglio. Nei mercati secondari tuttavia, solo una parte di consumatori avrebbe deliberatamente i propri acquisti di prodotti contraffatti con gli equivalenti autentici. Questo perché nei mercati secondari i consumatori sono consapevoli che i prodotti che si accingono ad acquistare sonofalsi e decidono di procedere con l'acquisto per una serie di possibili motivi (vedere il Riquadro 2.3). Il problema fondamentale quindi è come calcolare il tasso di sostituzione dei consumatori, ovvero in quale misura ogni acquisto illegale sostituisce una vendita legale.

Riquadro 2.3. Perché le persone acquistano consapevolmente prodotti contraffatti?

Nella letteratura scientifica sono stati identificati diverse motivazioni per le quali i consumatori acquistano i falsi. Innanzitutto, se il prodotto originale è difficile da reperire, ciò accresce fortemente la percezione del suo valore. Inoltre, la propensione dei consumatori ad acquistare un prodotto contraffatto sembra aumentare se è possibile valutare la qualità prima dell'acquisto e diminuire in caso contrario. Anche la situazione contestuale all'acquisto determina le intenzioni di acquisto. Lo stato d'animo è un fattore situazionale che spiega perché alcune persone sono maggiormente disposte ad acquistare prodotti contraffatti nonostante sia un'azione illegale o perché dopo l'acquisto sono insoddisfatte del prodotto per la sua scarsa qualità. Una recente ricerca psicologica illustra una serie di altri motivi, quali ad esempio “il brivido della caccia” dato che ciò che è contraffatto è collegato a una “società segreta”, e un autentico interesse. Gli acquirenti di prodotti contraffatti inoltre cercano di legittimare e giustificare il proprio comportamento.

Fonti: Bian, Haque and Smith (2015); Bian et al. (2016); Eisend and Schuchert-Güler (2006)

La metodologia impiegata per calcolare la quota di mercato primario e secondario in Italia viene presentato al Punto 2 dell'Allegato A.2, mentre la Tabella 2.5 di seguito riportata identifica il mercato secondario e, conseguentemente, primario di prodotti contraffatti venduti in Italia per ciascun settore. Si evince che il 51,1% dei prodotti contraffatti e piratati importati e venduti in Italia nel 2013 è stato venduto a consumatori consapevoli di acquistare articoli falsi, mentre la quota rimanente non ne era a conoscenza. La percentuale di prodotti contraffatti destinati ai mercati secondari varia molto a seconda del settore: si va dal 15% per i prodotti alimentari al 60% per gli orologi, i gioielli e i dispositivi ICT.

Tabella 2.5. Quota dei mercati secondari per i prodotti contraffatti in Italia, 2013

Settore	Quota mercati secondari
Alimenti, bevande e tabacco	15,35%
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	23,33%
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	28,57%
Profumeria e cosmetica	62,61%
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	46,10%
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	50,02%
Orologi e gioielleria	58,35%
Prodotti minerali non metallici (ad es. vetro e prodotti in vetro, prodotti in ceramica)	30,00%
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	17,14%
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	60,03%
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche, navi e aerei	36,94%
Veicoli a motore e motocicli	55,29%
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come i giochi, i giocattoli e i libri	43,26%
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	37,59%
Totale	51,12%

Identificate le quote dei mercati primari e secondari, la domanda seguente è come calcolare il tasso di sostituzione dei consumatori nei mercati secondari, ovvero la misura in cui ogni acquisto illegale sostituisce una vendita legale. Le informazioni sui tassi di sostituzione possono essere ottenute da due diverse fonti: le ricerche accademiche sul comportamento socioeconomico dei consumatori e i sondaggi di consumo. Gran parte della ricerca accademica si è concentrata su prodotti immateriali, come nel caso della pirateria digitale; i dati sono più rari nel caso di prodotti materiali, a eccezione degli articoli di lusso.

Vari studi riportano stime sui tassi di sostituzione dei consumatori. Il primo è il sondaggio dell'Anti-Counterfeiting Group (2007) rivolto ai consumatori che ha analizzato diverse categorie merceologiche Anti-Counterfeiting Group (2007). Dal sondaggio risulta un tasso di sostituzione del 39% per abbigliamento e calzature; ciò significa che, ad ogni 2,5 euro spesi in capi, accessori o calzature contraffatti nei mercati secondari, corrisponde 1 euro di mancate vendite nel commercio all'ingrosso e al dettaglio. Lo stesso sondaggio ha determinato un tasso di sostituzione del 49% per i prodotti di profumeria e cosmesi e del 27% per i prodotti appartenenti alla categoria orologi e gioielli. Un altro studio sui tassi di sostituzione è il sondaggio svolto da Tom et al. (1998) che ha identificato un tasso di sostituzione del 32% per tutti gli altri prodotti contraffatti venduti sui mercati secondari.

La Tabella 2.6 riassume i tassi di sostituzione impiegati in questo studio.

Tabella 2.6. Tassi di sostituzione dei consumatori ipotizzati nello scenario principale

Settore	Tasso di sostituzione
Profumeria e cosmetica	49%
Orologi e gioielleria	27%
Abbigliamento, accessori, articoli in pelle e correlati	39%
Altri settori	32%

Fonti: Anti-Counterfeiting Group (2007) and Tom et al. (1998).

La generale carenza di dati sui tassi di sostituzione tra prodotti contraffatti e autentici costituisce di fatto la principale sfida nella quantificazione globale degli effetti della contraffazione. Pertanto tale esercizio comprende un'analisi di sensitività che verifica se eventuali modifiche dei tassi di sostituzione possano distorcere in modo sostanziale i risultati finali. L'analisi viene svolta introducendo tre differenti scenari con tre diverse serie di tassi di sostituzione (vedere il Riquadro 2.4). I risultati dell'analisi di sensitività sono riassunti nell'Allegato A.6.

È importante sottolineare che i risultati stimati per i tre scenari così come sono presentati nell'Allegato A.6 sono molto vicini tra loro. Ciò riconferma la solidità di tutti i risultati presentati nell'analisi.

Riquadro 2.4. Analisi di sensitività dei tassi di sostituzione

L'analisi di sensitività viene realizzata per ovviare alla scarsità dei dati disponibili sui tassi di sostituzione tra prodotti contraffatti e autentici. A tal fine vengono presentati tre diversi scenari.

Il primo ipotizza dei tassi di sostituzione in linea con i risultati del sondaggio presso i consumatori dell'Anti-Counterfeiting Group (2007). In questo scenario, è stato selezionato un tasso di sostituzione del 39% per la categoria merceologica correlata ad abbigliamento e calzature; ciò significa che, ad ogni 2,5 euro spesi in capi, accessori o calzature contraffatti nei mercati secondari, corrisponde 1 euro di mancate vendite nel commercio all'ingrosso e al dettaglio. Inoltre, secondo questo sondaggio, i tassi selezionati nello scenario 1 sono pari al 49% per i prodotti di profumeria e cosmesi e al 27% per i prodotti appartenenti alla categoria orologi e gioielli. Infine, secondo lo studio condotto da Tom et al (1998), il tasso di sostituzione selezionato è il 32% per tutti gli altri prodotti contraffatti venduti sui mercati secondari.

Il secondo scenario è più prudente e ipotizza tassi di sostituzione inferiori di 10 punti percentuali. Il terzo scenario è il più conservativo in assoluto e presuppone tassi di sostituzione inferiori di 20 punti percentuali rispetto al primo scenario.

Per poter verificare la solidità dei risultati, essi vengono calcolati in base a questi tre scenari alternativi, tutti basati su ipotesi di tassi di sostituzione dei consumatori inferiori. Tutti e tre sono riepilogati nella Tabella 2.7 sottostante.

Tabella 2.7. Tassi di sostituzione dei consumatori ipotizzati nei tre scenari

Settore	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
Profumeria e cosmetica	49%	39%	29%
Orologi e gioielleria	27%	17%	7%
Abbigliamento, accessori, articoli in pelle e correlati	39%	29%	19%
Altri settori	32%	22%	12%

Fonti: Calcoli dell'autore basati su Anti-Counterfeiting Group (2007) e Tom et al.(1998).

2.4. In quale misura i consumatori italiani pagano un prezzo eccessivo per prodotti contraffatti?

Mentre i consumatori che acquistano consapevolmente prodotti contraffatti sono disposti ad accettare eventuali compromessi tra costo e qualità, coloro che acquistano prodotti falsi inconsapevolmente rischiano di pagare un prezzo eccessivo per un articolo di scarsa qualità. Come evidenziato al Punto 3 dell'Allegato A.2, il "danno ai consumatori" può essere stimato nel sovrapprezzo medio guadagnato dai contraffattori da entrambi i mercati moltiplicato per il volume di prodotti contraffatti venduti nei mercati primari.

Le stime del danno ai consumatori in Italia sono così state calcolate in due fasi. La prima ha previsto per ogni settore il calcolo della differenza tra prezzi medi sui mercati primari e secondari. Tali differenze rappresentano il danno per ciascun consumatore derivante dal singolo acquisto. Nella seconda fase il danno calcolato per ciascun consumatore è stato

moltiplicato per il volume totale di transazioni sul mercato primario in una data categoria merceologica.

Le stime dei danni ai consumatori in Italia sono presentate nella Tabella 2.8. Nel 2013 il maggiore danno è stato registrato per il settore orologi e gioielli (1,42 miliardi di euro). Il danno totale dovuto all'insoddisfazione dei consumatori nel 2013 ammonta a quasi 2 miliardi di euro.

Tabella 2.8. Stima del danno ai consumatori in Italia per settore, 2013

Settore	Valore in milioni di euro
Alimenti, bevande e tabacco	53,9
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	0,6
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	5,3
Profumeria e cosmetica	15,0
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	1,3
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	253,0
Orologi e gioielleria	1.420,0
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	0,8
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	66,5
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche, navi e aerei	8,2
Veicoli a motore e motocicli	19,3
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come giochi e giocattoli, libri e strumenti musicali	64,9
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	1,8
Totale	1.910,6

2.5. L'impatto dei prodotti contraffatti sulle vendite nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio

Le mancate vendite a causa del mercato della contraffazione nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio sono state calcolate utilizzando il metodo presentato al Punto 4 dell'Allegato A.2. Per tale calcolo si applicano i tassi di sostituzione determinati nella letteratura esistente: 39% per la categoria abbigliamento e calzature; 49% per la categoria profumi e cosmetici; 27% per la categoria orologi e gioielli; 32% per tutti gli altri prodotti contraffatti venduti nei mercati secondari.

Complessivamente, nel 2013 il volume totale delle mancate vendite per i grossisti e i rivenditori italiani a causa delle importazioni di prodotti contraffatti e piratati ammontava a 6,9 miliardi di euro. Vale a dire, il 2,7% delle vendite totali registrate dal commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio nello stesso anno.

Le maggiori perdite sul fronte delle vendite nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio in termini assoluti si sono registrate per i prodotti elettronici, elettrici e ottici (1,8 miliardi di euro di mancate vendite nel 2013), seguiti da abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati (1,3 miliardi di euro di mancate vendite nel 2013).

Il settore "orologi e gioielli" ha registrato le maggiori perdite in termini relativi (7,5% di mancate vendite a causa del mercato della contraffazione), seguito da quello dei prodotti elettronici, elettrici e ottici (5,4%) e da quello dell'abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati (4,4%).

Tabella 2.9. Mancate vendite per il commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio a causa delle importazioni di prodotti contraffatti in Italia, 2013

Settore	Valore in milioni di euro	Quota di vendite
Alimenti, bevande e tabacco	618	1,0%
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	125	3,7%
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	254	2,3%
Profumeria e cosmetica	85	1,6%
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	446	4,3%
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	1.269	4,4%
Orologi e gioielleria	221	7,5%
Prodotti minerali non metallici (ad es. vetro e prodotti in vetro, prodotti in ceramica)	16	0,2%
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	475	4,0%
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	1.794	5,4%
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche	732	4,1%
Veicoli a motore e motocicli	569	1,9%
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come giochi e giocattoli, e strumenti musicali	212	2,1%
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	132	0,6%
Totale settore ingrosso e dettaglio	6.949	2,7%

2.6. L'impatto del mercato della contraffazione sull'occupazione nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio

Una diminuzione delle vendite nel commercio all'ingrosso e al dettaglio riduce la domanda di manodopera e determina, di conseguenza, la perdita di posti di lavoro. Tuttavia una riduzione del $x\%$ delle vendite non si traduce necessariamente in una corrispondente riduzione del $x\%$ dei posti di lavoro e, quindi, occorre prima calcolare in che misura il commercio all'ingrosso e al dettaglio adeguano l'assunzione di forza lavoro in base alle variazioni delle vendite. Il modello econometrico di base presentato al Punto 5 dell'Allegato A.2 consente di stimare tali variabili specifiche per ogni settore. Combinando queste ultime con le stime sulle mancate vendite descritte nella precedente sezione, è possibile stimare il numero e la quota di posti di lavoro persi nel commercio all'ingrosso e al dettaglio.

La Tabella 2.10 presenta i principali risultati per vari settori del commercio all'ingrosso e al dettaglio. I posti di lavoro complessivamente persi nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio per via delle importazioni di prodotti contraffatti nel Paese è stato di 23.150 unità nel 2013, pari a oltre l'1,3% di tutti gli addetti del settore.

In termini assoluti, le maggiori perdite di posti di lavoro a causa della contraffazione e della pirateria sono state rilevate nella vendita di abbigliamento, calzature, accessori e prodotti correlati: 6.582, ovvero il 2,4% di tutti gli occupati nei settori indicati. In termini relativi, i grossisti e i dettaglianti del settore degli orologi e dei gioielli sono stati i più colpiti con il 3,6% dei posti di lavoro persi nel 2013.

Tabella 2.10. Posti di lavoro persi nel commercio italiano all'ingrosso e al dettaglio a causa delle importazioni di prodotti contraffatti, 2013

Settore	Numero di dipendenti	Quota di dipendenti
Alimenti, bevande e tabacco	3.374	0,6%
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	244	1,7%
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	565	1,2%
Profumeria e cosmetica	340	0,9%
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	1.847	2,3%
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	6.582	2,4%
Orologi e gioielleria	797	3,6%
Prodotti minerali non metallici (ad es. vetro e prodotti in vetro, prodotti in ceramica)	65	0,1%
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	1.649	2,1%
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	1.712	2,7%
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche	2.262	2,1%
Veicoli a motore e motocicli	2.272	1,1%
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come giochi e giocattoli, e strumenti musicali	813	1,1%
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	629	0,3%
Totale settore ingrosso e dettaglio	23.149	1,3%

Nota: I dipendenti sono misurati in unità equivalenti a tempo pieno secondo la definizione Eurostat (2018).

2.7. Perdite di entrate pubbliche a causa della vendita di prodotti contraffatti

Il calo delle vendite nel commercio all'ingrosso e al dettaglio dovute alle importazioni di prodotti contraffatti e piratati in Italia si traduce in un minor gettito fiscale per il governo italiano derivante da IVA, imposte sul reddito delle società (IRES), imposte sul reddito delle persone fisiche (IRPEF) e contributi previdenziali (vedere Punto 6 dell'Allegato A.2).

La Tabella 2.11 presenta le mancate entrate erariali per tipologia di imposta, per un importo totale di 3,7 miliardi di euro nel 2013. Nell'ambito del dato complessivo, la voce principale è rappresentata dall'IVA per un importo pari a 1,5 miliardi di euro.

Tabella 2.11. Mancato gettito fiscale per il governo italiano a causa dell'importazione di prodotti contraffatti nel Paese, 2013

Tipologia di imposta	Valore in milioni di euro	Quota di imposte riscosse
Imposte sul reddito delle persone fisiche e contributi previdenziali	1.354	0,8%
Imposte sul reddito delle società	831	2,1%
Imposte sul valore aggiunto	1.529	1,6%
Totale	3.714	1,2%

Infine, occorre considerare che il livello di mancato gettito fiscale dipende anche dall'efficienza dei programmi di riscossione. Un sistema fiscale inefficiente può consentire alle aziende di sfruttare le lacune e le incongruenze nella normativa fiscale per spostare artificialmente i profitti in Paesi a bassa tassazione o a tassazione zero, dove l'attività economica è nulla o scarsa. Il programma BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) dell'OCSE è stato pensato per affrontare questo problema (Riquadro 2.5).

Secondo recenti risultati basati su analisi specifiche per ciascun Paese, l'Italia è uno dei Paesi con il quadro normativo più avanzato per la gestione del problema.

Riquadro 2.5. Il programma BEPS dell'OCSE

Il programma BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) dell'OCSE affronta le strategie di elusione fiscale che sfruttano le lacune e le incongruenze nella normativa fiscale per spostare artificiosamente i profitti in Paesi a bassa tassazione o a tassazione zero. Anche se alcuni dei sistemi impiegati sono illegali, la maggior parte di essi non lo è. Tuttavia questa prassi mina la correttezza e l'integrità dei sistemi fiscali poiché le aziende che operano tra più Paesi possono utilizzare il BEPS per ottenere un vantaggio competitivo sulle imprese che lavorano entro i confini nazionali. Inoltre, quando i contribuenti si rendono conto che le multinazionali eludono legalmente il pagamento delle tasse sul reddito, viene meno anche la loro volontà di rispettare la legge.

Nell'ambito del BEPS oltre 100 Paesi collaborano allo scopo di adottare misure per contrastare queste strategie. L'Inclusive Framework fornisce informazioni sui quadri legali dei singoli Paesi che si basano sulla reportistica CbC nel mondo; così facendo ha dato alle amministrazioni fiscali un'istantanea di alto livello delle misure attualmente in fase di implementazione.

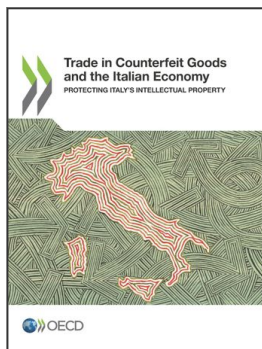
Riferimenti

- Anti-Counterfeiting Group (2007), *Consumer survey*, commissionato da specialisti di sondaggi indipendenti, <http://www.wipo.int/ip-outreach/en/tools/research/details.jsp?id=691>.
- Bian, X., S. Haque e A. Smith (2015), "Social power, product conspicuousness and the demand for luxury brand counterfeit products", *British Journal of Social Psychology*, Vol. 54/1, pp. 37-54.
- Bian et al. (2016), "New insights into unethical counterfeit consumption", *Journal of Business Research*, Vol. 69/10, pp. 4249-58.
- Brembo (2015), *New Anti-Counterfeiting Car Will Protect Buyers of Brembo High Performance and Racing Products*, Brembo S.p.A, Curno (Bergamo), <http://www.brembo.com/en/company/news/brembo-puts-the-brakes-on-counterfeit-products> (consultato il 26 febbraio 2018).
- Censis (2016), *La contraffazione : dimensioni, caratteristiche e approfondimenti*, Centro Studi Investimenti Sociali, Commissionato e finanziato dal Direzione Generale per la lotta alla contraffazione – UIBM, Ministero dello Sviluppo Economico, Roma, <http://www.uibm.gov.it/attachments/REPORT%20CENSIS%20FINALE.PDF> .
- Eisend, M. e P. Schuchert-Güler (2006), "Explaining counterfeit purchases: A review and preview", *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2006/12, pp. 1-25.

- Eurostat (2018), *Structural Business Statistics (SBS) and Global Business Activities*, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics>.
- OCSE (2017), *Trade in Counterfeit ICT Goods*, OECD Publishing, Parigi, <http://oe.cd/fakeICTs>.
- OCSE/EUIPO (2016), *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact*, OECD Publishing, Parigi, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252653-en>.
- OHIM / Europol (2015), 2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, Available at: <https://www.europol.europa.eu/publications-documents/2015-situation-report-counterfeiting-in-european-union>
- Thumm, N., Buttice, V. Caviggioli, F., Franzoni, C. and G. Scellato (2018), “Impact of counterfeiting on the performance of digital technology companies”, JRC Working Papers on Digital Economy, No 2018-03, EU Joint Research Center, Seville
- Tom, G. et al. (1998), “Consumer demand for counterfeit goods”, *Psychology & Marketing*, Vol. 15/5, pp. 405-421.
- UN Trade Statistics (2017), *Harmonized commodity description and coding systems (HS)*, Nazioni Unite, Ginevra, <https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50018/Harmonized-Commodity-Description-and-Coding-Systems-HS>.

Nota

¹ Le autorità italiane di contrasto hanno riscontrato, inoltre, che buona parte dei colli di piccole dimensioni giunti in Italia per via aerea da Paesi extra-UE non è destinata all'Italia. Gli aeroporti di arrivo in Italia per le piccole spedizioni sono: Bergamo, Bologna, Milano Linate, Milano Malpensa, Pisa, Roma Fiumicino, Roma Ciampino e Venezia.



From:

Trade in Counterfeit Goods and the Italian Economy

Protecting Italy's intellectual property

Access the complete publication at:

<https://doi.org/10.1787/9789264302426-en>

Please cite this chapter as:

OECD (2018), "La contraffazione in Italia", in *Trade in Counterfeit Goods and the Italian Economy: Protecting Italy's intellectual property*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264302655-6-it>

This document, as well as any data and map included herein, are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. Extracts from publications may be subject to additional disclaimers, which are set out in the complete version of the publication, available at the link provided.

The use of this work, whether digital or print, is governed by the Terms and Conditions to be found at <http://www.oecd.org/termsandconditions>.