

Consumatori e contraffazione

La Camera di commercio di Torino, con la collaborazione delle Associazioni di categoria (Ascom e Confesercenti) realizza da oltre un decennio l'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi: una ricerca che, indagando sui comportamenti di consumo della famiglia media torinese, monitora i livelli e la struttura della spesa familiare e la sua evoluzione nel tempo.

Questo strumento ha permesso di somministrare alle famiglie intervistate nel corso della prima rilevazione 2008 anche una serie di domande dedicate al rapporto consumatore-contraffazione; le interviste condotte sul campione torinese sono state unite a quelle realizzate nelle altre province della regione, da Unioncamere Piemonte nell'ambito dell'osservatorio sulle spese delle famiglie piemontesi, consentendo di ottenere complessivamente un campione di 224 nuclei indagati.

Da quanto emerge da una prima analisi dei dati, per circa il 61,6% delle famiglie intervistate è facile entrare in contatto con canali di vendita non tradizionali che veicolano prodotti contraffatti. Alle famiglie, inoltre, è stato chiesto di dare una votazione da uno a dieci alle diverse tipologie di prodotti contraffatti a seconda della loro più probabile reperibilità sul mercato. Nel dettaglio gli articoli d'abbigliamento, i cd e dvd, le calzature ed accessori, risultano essere le merci più facilmente piratate e acquistabili sul mercato, rispettivamente con una media di 8,5, 8,4 e 8,1 punti. Più distanziati risultano essere gli articoli di gioielleria (5,6 punti), i prodotti tecnologici (6,4) e i giocattoli (7,2).

I prodotti contraffatti più reperibili sul mercato
(punteggio medio da 1 a 10)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Per circa l'88% delle famiglie è il costo inferiore delle merci piratate che può indurre il consumatore all'acquisto delle stesse, mentre solo per il 25% dei casi la motivazione può essere imputabile ad un comportamento diffuso nella società. I limitati rischi di sanzioni e la maggiore reperibilità del prodotto non risultano incidere sugli acquisti delle merci contraffatte: rispettivamente solo il 9,8% e il 6,3% delle famiglie intervistate accredita l'acquisto di prodotti piratati a queste motivazioni.

Al contrario, se si analizzano le cause principali che inducono i consumatori a non acquistare merci contraffatte, spicca la loro scarsa qualità (il 75% delle dichiarazioni) e la scarsa sicurezza (il 39% circa).

Quali potrebbero essere le soluzioni possibili per limitare il fenomeno della contraffazione dei prodotti nelle province piemontesi? E' questa l'ultima domanda posta alle famiglie piemontesi le quali hanno espresso il loro parere attribuendo un punteggio da uno a dieci