Contro l’abusivismo e l’illegalità si mobilita Confcommercio

legalita-confcommercio-afa8ab5c

La campagna *Legalità mi piaci* lanciata da Confcommercio il 3 novembre con una serie di spot radiofonici, si conclude l’11 novembre con la giornata di mobilitazione contro l’abusivismo e l’illegalità, nel corso della quale saranno presentati un documento politico sui fenomeni illegali, un glossario con la classificazione di tutti i fenomeni illegali e un'approfondita ricerca Confcommercio-Censis sull'illegalità e l'abusivismo.

L'abusivismo commerciale è un universo variegato e complesso, all'interno del quale sono ricomprese una serie di attività che hanno tutte in comune la vendita di beni e servizi da parte di individui che non sono in possesso di regolare licenza e che di fatto esercitano una concorrenza sleale nei confronti degli esercenti regolari.

Secondo l’indagine realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format **(scarica il documento allegato)** quattro imprese su cinque (l'82,4%) si ritengono danneggiate dall'azione dell'illegalità e dai meccanismi commerciali fuori dalle regole, fenomeni che sono più accentuati nel Centro e nel Sud Italia. Oltre un terzo delle imprese (il 34,9%) segnala l'acuirsi dei fenomeni illegali rispetto a tre anni fa nel territorio in cui opera; per il 75,3% degli imprenditori del terziario l'azione dell'illegalità, in tutte le sue forme, genera concorrenza sleale o riduce i ricavi e il fatturato per mancate vendite; il 66,4% delle imprese ritiene che la crisi economica stia favorendo l'acquisto di prodotti e servizi illegali; per oltre il 70% degli imprenditori il motivo principale dell'acquisto di prodotti o servizi illegali è di natura economica.

Tra i meccanismi commerciali fuori dalla regole ritenuti in qualche modo più gravi e pericolosi, le imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti indicano soprattutto la vendita di prodotti e servizi senza le necessarie autorizzazioni. Il lancio di campagne di comunicazione e sensibilizzazione verso i consumatori (64,2%) e l'attivazione di iniziative che coinvolgano tutti i soggetti interessati (61,8%) sono le azioni ritenute più efficaci da parte delle imprese per combattere i

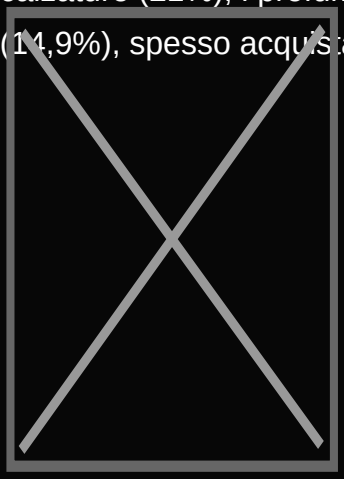
fenomeni che alterano la concorrenza e inquinano il mercato.

Una simile indagine condotta sempre da Format per Confcommercio segnala che il 35,6% dei consumatori italiani ha avuto occasione, almeno una volta nella vita, di acquistare prodotti illegali/contraffatti o servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati.

Il fenomeno è leggermente più diffuso tra le donne e i giovani (specialmente con un titolo di studio medio-basso). A livello territoriale il Mezzogiorno è l'area più colpita.

Effetto della crisi. Tra i consumatori che almeno una volta nella vita hanno acquisto prodotti o servizi illegali, il 71,9% lo ha fatto anche nel 2013. Ciò significa che un consumatore su quattro (il 25,6%) dichiara di aver acquistato nell'anno in corso almeno una volta un prodotto o un servizio illegale.

Tra i prodotti acquistati in qualche modo "fuori dalle regole" spiccano quelli dell'abbigliamento (41,2%), gli alimentari, bevande incluse (28,7%), gli occhiali (26,7%), la pelletteria (26,9%), le scarpe e calzature (21%), i profumi e i cosmetici (18,1%), i farmaci (15,6%) e i prodotti parafarmaceutici (14,9%), spesso acquistati su siti Internet non italiani.



È indubbio che il fenomeno assume contorni rilevanti anche per effetto della crisi economica in atto ormai dal 2008, che ha tolto reddito agli italiani, tanto che per oltre il 50% dei consumatori la ragione principale dell'acquisto di prodotti o servizi "illegali" è sostanzialmente di natura economica ("..è un affare", "..il costo è inferiore", "..si risparmia"). Rimane però la consapevolezza che l'acquisto "illegale" può generare dei rischi (circa l'80%). In particolare, il timore principale è legato a eventuali conseguenze per la salute (per il 52,6% dei consumatori), seguito da quello per la sicurezza in senso generale (46,5%) e dalla scarsa fiducia nella qualità del prodotto/servizio offerto (41,1%). Meno preoccupante appare il rischio, pure reale, di essere multati (23,8%).

Sul fronte dei controlli, anche per l'83,2% delle imprese del terziario non sono efficaci e per quattro imprese su cinque le sanzioni previste, sia contro coloro che producono/vendono prodotti o servizi

illegali che contro coloro che acquistano prodotti o servizi illegali, sono insufficienti.