

Il consumatore e la contraffazione dei cosmetici

Centro Studi Unipro
Movimento Difesa del Cittadino

Il sondaggio (1/2)

- condotto su tutto il territorio nazionale, aveva lo scopo di approfondire il percepito dei consumatori sulla contraffazione nella cosmetica

- elaborato insieme al **Movimento Difesa del Cittadino** e presentato come approfondimento sulla contraffazione cosmetica nell'ambito del **Beauty Report 2011** (*secondo rapporto sul valore dell'industria cosmetica in Italia, redatto da Ermeneia in collaborazione con Unipro e presentato presso la Camera dei Deputati il 18 Maggio 2011*)

Il sondaggio (2/2)

➤ alcuni approfondimenti:

- perché si compra un prodotto contraffatto;
- in quali settori c'è maggiore vendita di prodotti contraffatti;
- quali prodotti cosmetici sono maggiormente contraffatti;
- oltre a quelli per la salute, quali sono i possibili altri danni, a livello socio-economico, derivanti dalla loro vendita

➤ l'intento di base: informare e sensibilizzare l'industria cosmetica e i cittadini sul fenomeno della contraffazione, che in generale danneggia il sistema paese e, in particolare per quanto riguarda i cosmetici, comporta anche delle possibili conseguenze negative per la salute dei cittadini

Il campione statistico

	Totale	GENERE		CLASSE DI ETA'				
		Maschio	Femmina	18-25 anni	26-40 anni	41-50 anni	51-65 anni	66-75 anni
Totale	807	398	409	91	233	171	203	109
	100,0%	49,3%	50,7%	11,3%	28,9%	21,2%	25,2%	13,5%
Maschio	398	398	0	68	176	64	55	35
	49,3%	100,0%	0,0%	74,7%	75,5%	37,4%	27,1%	32,1%
Femmina	409	0	409	23	57	107	148	74
	50,7%	0,0%	100,0%	25,3%	24,5%	62,6%	72,9%	67,9%

AREA			
Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole
212	154	155	286
26,3%	19,1%	19,2%	35,4%

Cosmetici contraffatti: definizione dei consumatori

➤ definizione di prodotto contraffatto: prodotto che imita/copia integralmente un prodotto vero, incluso il marchio, senza avere però la qualità ed il rispetto delle norme di sicurezza, nella fase di produzione, che hanno i prodotti originali

➤ allarmante la consapevolezza (solo l'1,8% delle risposte) del prodotto contraffatto come fuori norma

➤ alta la percentuale di consumatori convinti della "similitudine" e della "bontà a basso costo" dei cosmetici contraffatti (quasi il 21%)

	Totale	GENERE	
		Maschio	Femmina
Totale	100,0%	49,9%	50,1%
Un prodotto copiato/imitato/falso	75,8%	77,5%	74,1%
Un prodotto simile a un prodotto di marca	10,7%	13,2%	8,2%
Un prodotto di marca di seconda scelta	2,0%	1,6%	2,4%
L'imitazione economica di un prodotto di qualità	10,0%	11,4%	8,7%
Etichetta falsa/non originale	17,3%	16,1%	18,5%
Prodotti non a norma	1,8%	1,1%	2,6%
Altro	3,7%	2,9%	4,5%

Cosmetici contraffatti: perché si acquistano?

➤ con oltre l'85%, il **risparmio** è vissuto come fattore fondamentale alla propensione d'acquisto del cosmetico contraffatto

➤ alta la percentuale di acquisti inconsapevoli (quasi il 16%) dovuti alla somiglianza con il *packaging* originale

➤ importante, soprattutto per gli uomini, il "fare bella figura spendendo poco": il richiamo del cosmetico *simile* a quello di alta gamma come regalo/acquisto personale a basso costo è avvertito mediamente dall'11% degli intervistati

	GENERE		
	Totale	Maschio	Femmina
Totale	100,0%	49,3%	50,7%
Per risparmiare	85,4%	84,2%	86,6%
Perché quelli di marca costano troppo	15,9%	16,3%	15,4%
Per divertimento	0,6%	1,0%	0,2%
Per fare bella figura spendendo poco	11,2%	13,8%	8,6%
Perché non riconoscibile/ Acquisto inconsapevole	15,7%	17,6%	13,9%

Cosmetici contraffatti: quali conseguenze?

	GENERE		
	Totale	Maschio	Femmina
Totale	100,0%	49,1%	50,9%
Spende soldi inutilmente	4,7%	5,9%	3,5%
Corre pericoli per la salute	94,1%	93,1%	95,1%
Rischia sanzioni amministrative/penali	5,2%	7,2%	3,2%
I prodotti non svolgono la loro funzione	21,3%	21,3%	21,2%
Altro	0,4%	0,3%	0,5%

- i consumatori sono innanzitutto preoccupati del pericolo per la salute che può derivare dalla circolazione di prodotti contraffatti (94,1% di consensi)
- secondariamente (21,3% delle risposte) i prodotti contraffatti sono visti come non efficaci poiché non svolgono la loro funzione

Cosmetici contraffatti: quali danni socio-economici?

	Totale	GENERE	
		Maschio	Femmina
Totale	100,0%	49,3%	50,7%
Perdita economica per le imprese	77,2%	79,9%	74,6%
Rischio per l'occupazione	17,0%	19,6%	14,4%
Minori introiti fiscali	11,5%	11,6%	11,5%
Aumento della criminalità	16,7%	16,3%	17,1%
Nessun'altra conseguenza	14,3%	13,1%	15,4%
Altro	1,6%	2,0%	1,2%

- i consumatori sono consapevoli che a livello economico e sociale la vendita di prodotti contraffatti causa perdite per le imprese (77,2% di consensi)
- secondariamente (17% delle risposte) i cosmetici contraffatti vengono percepiti come causa di difficoltà per l'occupazione e come incentivo all'aumento della criminalità

Cosmetici contraffatti: canali di vendita

➤ i mercatini rionali vengono percepiti dall'81,9% dei consumatori intervistati (con una punta di oltre l'84% per le donne) come il principale canale di vendita dei cosmetici contraffatti

➤ in seconda posizione troviamo gli ambulanti non autorizzati (per il 74% dei consumatori) e, a seguire, i negozi etnici (circa il 45%)

	GENERE		
	Totale	Maschio	Femmina
Totale	100,0%	49,3%	50,7%
I mercatini rionali	81,9%	79,4%	84,4%
Canali tradizionali	7,4%	7,9%	9,1%
Internet	13,4%	17,3%	9,5%
Ambulanti non autorizzati con o senza banchetti	73,9%	75,6%	72,1%
I negozi degli extracomunitari	44,9%	48,0%	41,8%
I discount	13,8%	13,3%	14,2%
I supermercati	9,4%	9,8%	9,0%
Altro	2,1%	1,0%	3,2%

Cosmetici contraffatti: quali soluzioni? (1/2)

- per i consumatori le soluzioni migliori al problema della contraffazione cosmetica sono maggiore informazione sui rischi per la salute connessi al loro utilizzo (66% delle risposte), maggiore severità delle pene per chi li produce/vende (64%) e un maggiore controllo delle forze dell'ordine (63%)

	Intensificare i controlli delle forze dell'ordine	Informare sui possibili rischi per la salute	Punire più severamente chi li produce/vende	Abbassare i prezzi dei prodotti originali	Rendere più difficili da imitare le confezioni originali	Punire chi li compra
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Molto	62,7%	59,2%	65,8%	27,5%	64,2%	13,5%
Abbastanza	29,6%	33,7%	28,1%	32,7%	29,1%	24,9%
Poco	6,8%	5,5%	5,2%	30,2%	5,1%	40,8%
Per Nulla	0,9%	1,6%	0,9%	9,5%	1,6%	20,8%

Cosmetici contraffatti: quali soluzioni? (2/2)

- le soluzioni “poco” o “per nulla” efficaci al problema? Punire chi li compra (oltre il 60% delle risposte), rendere più difficili da imitare il *packaging* originale (quasi per il 40% degli intervistati)

		Intensificare i controlli delle forze dell'ordine	Informare sui possibili rischi per la salute		Punire più severamente chi li produce/vende	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Molto		62,7%	59,2%	65,8%	27,5%	64,2%
Abbastanza		29,6%	33,7%	28,1%	32,7%	29,1%
Poco		6,8%	5,5%	5,2%	30,2%	5,1%
Per Nulla		0,9%	1,6%	0,9%	9,5%	1,6%
		Abbassare i prezzi dei prodotti originali	Rendere più difficili da imitare le confezioni originali		Punire chi li compra	

Il consumatore e la contraffazione dei cosmetici

Centro Studi Unipro
Movimento Difesa del Cittadino