

Prodotti contraffatti, per 9 cittadini su 10 sono pericolosi per la salute

Sono stati presentati i risultati della seconda fase dell'indagine conoscitiva sulla contraffazione in Italia condotta dalle Associazioni dei Consumatori. L'evento, organizzato dalla Direzione generale in materia insediata presso il Ministero dello sviluppo, ha messo in evidenza come viene percepito il fenomeno da parte dei cittadini.

In particolare, si è rilevato che per quanto riguarda gli agroalimenti su 1.200 consumatori intervistati il 2,3% ha dichiarato di aver acquistato prodotti contraffatti. La percentuale di acquisto di tali prodotti di fatto è, comunque, più alta considerando che nel settore il fatto di comperare prodotti non originali avviene per lo più inconsapevolmente.

In generale, rispetto a tutti i settori merceologici, il 79% dei consumatori intervistati ai fini dell'indagine ha affermato che nella maggior parte dei casi l'acquisto di prodotti contraffatti avviene perché il prezzo è più conveniente, dunque, si ritiene che il risparmio sia il vantaggio derivante dall'acquisto del falso. Tuttavia, analizzando gli ulteriori risultati dell'indagine relativi alle opinioni dei consumatori sui prodotti non originali si comprende come il vantaggio economico sia solo apparente poiché il prodotto contraffatto è considerato non di qualità e potenzialmente dannoso.

A riguardo, infatti, il 90,7% degli intervistati ritiene che i prodotti contraffatti possano essere delle "fregature", mentre il 91% pensa che tali prodotti possano fare male alla salute. Considerando che il 90,6% degli intervistati afferma che i prodotti contraffatti sono di facile reperibilità e l'81,1% ritiene che procurarsi articoli contraffatti sia diventato normale, si comprende come nella lotta al fenomeno della contraffazione bisogna agire, con idonee misure di repressione nei confronti dei contraffattori oltre ad educare con l'informazione i cittadini a non acquistare il falso.

Ad ogni modo, l'indagine rileva anche un dato positivo, ossia un cambiamento di percezione del fenomeno contraffattivo da parte del consumatore che è più consapevole di quanto non fosse in passato rispetto ai danni causati da tale reato, difatti, nel 2012 si è registrata una diminuzione della vendita di prodotti falsi rispetto all'anno 2011.