

Confcommercio: dall'illegalità conto per le imprese di 38 miliardi

Il bilancio

Nel 2023 il fenomeno ha messo a rischio 268mila posti di lavoro regolari

Andrea Carli

Un vero e proprio fardello economico che grava sulle spalle delle aziende. Nel 2023 l'illegalità, dall'abusivismo commerciale alla contraffazione, è costata alle imprese del commercio e dei pubblici esercizi 38,6 miliardi di euro e ha messo a rischio 268 mila posti di lavoro regolari. A scattare la fotografia di questo fenomeno è **Confcommercio**, in un'indagine presentata ieri nell'ambito dell'11esima edizione di "Legalità, ci piace!", la giornata della legalità promossa dalla Confederazione. Un'iniziativa quest'ultima che, come ha spiegato il presidente **Carlo Sangalli**, è «fatta per respingere la solitudine degli imprenditori di fronte a fenomeni che talvolta sembrano sempre più grandi di loro, ma che li coinvolgono fin nel più piccolo aspetto della loro esistenza. Esiste, tuttavia - ha aggiunto -, una grande arma che contrasta tutti questi reati, nessuno escluso. L'arma è investire nella cultura della legalità». Intervenuto all'incontro, il ministro dell'Istruzione, Giuseppe Valditara ha proposto di lavorare «insieme per una

comune battaglia», anche ricorrendo a «uno strumento potente come è quello dell'educazione civica». Anche perché quello dell'illegalità nelle sue numerose sfaccettature è un sistema nel quale i consumatori non sono esenti da responsabilità: lo scorso anno uno su quattro (il 24,2%) ha acquistato un prodotto contraffatto o un servizio illegale nel 2023. Di questi, la maggior parte (il 70,6%) ha utilizzato il canale online e circa la metà (il 45,6%) ha effettuato acquisti esclusivamente online. L'indagine mette inoltre in evidenza che oltre sei imprese su dieci (il 62,8%) si ritengono penalizzate dall'abusivismo e dalla contraffazione. Concorrenza sleale (per il 59,9%) e riduzione dei ricavi (per il 29,1%) sono gli effetti più pesanti.

Ma quali sono i prodotti maggiormente nel mirino? Capi di abbigliamento (64,1%), pelletteria (32,4%) e calzature (31%) restano i prodotti contraffatti più acquistati. La maggior parte dell'intrattenimento (86,4% della musica, film, abbonamenti tv, etc.), dei prodotti di elettronica (65,9%), dei profumi e cosmetici (59,5%) e dei parafarmaci (58,6%) passa dagli acquisti online. Quanto alle motivazioni che sono alla base di questa scelta, l'acquisto di prodotti o servizi illegali è soprattutto collegato a ragioni economiche. Si pensa di fare un buon affare, risparmiando (per il 71,3%), è ritenuto normale ed è utile per chi è in difficoltà economiche (per il 74,4%), si è informati sul rischio di incorrere in sanzioni

amministrative (per il 65,5%). Il 66,4% dei consumatori ritiene che sui canali di vendita online sia più facile cadere nella trappola dell'acquisto inconsapevole di articoli contraffatti e al 21,5% degli intervistati è capitato di acquistare online prodotti contraffatti credendo che fossero originali. Un'altra faccia di questo fardello che mette nel mirino le aziende e i lavoratori è quella dell'usura e furti.

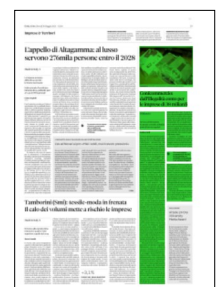
Secondo l'indagine di **Confcommercio**, infatti, l'usura resta il fenomeno criminale percepito in maggior aumento dagli imprenditori del terziario di mercato (per il 24,4%), seguito da furti (23,5%), aggressioni e violenze (21,3%), atti di vandalismo (21,1%). Più di un imprenditore su tre teme il rischio di essere esposto a fenomeni criminali. In particolare, i furti sono il crimine che preoccupa di più in termini di sicurezza personale, dei propri collaboratori e della propria impresa (per il 30,4%). Il 22,2% degli imprenditori teme fortemente il rischio di esposizione a usura e racket. Un timore che è più elevato al Sud (25,6%).

Di fronte all'usura e al racket il 62,1% degli imprenditori ritiene che si dovrebbe sporgere denuncia, mentre il 27,1% dichiara che non saprebbe cosa fare.



Un consumatore su quattro (il 24,2%) ha acquistato un prodotto contraffatto o un servizio illegale

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Commercio. Nel 2023 la contraffazione è costata cara alle imprese