

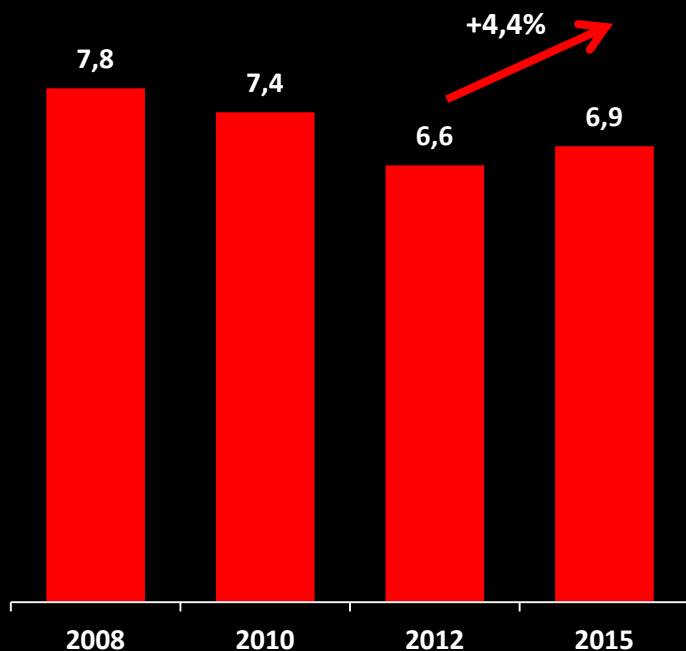
CONTRO LA CONTRAFFAZIONE: LA RISPOSTA DEL TERRITORIO

Città Metropolitana di Reggio Calabria • Palazzo Alvaro • Sala Perri
Reggio Calabria
30 novembre 2018

Massimiliano Valerii • Direttore Generale Censis

Il «fatturato» del mercato del falso | 1

Dopo una leggera flessione,
aumentato a 6,9 miliardi di euro (valori costanti)



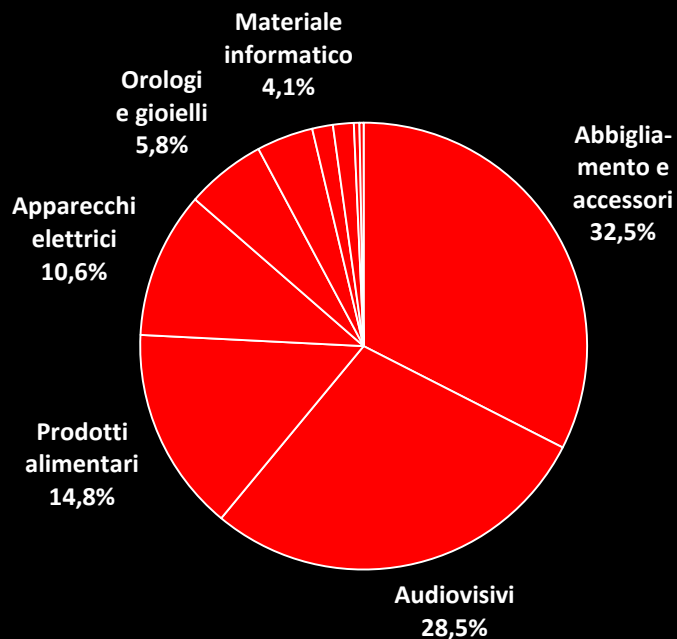
Gli effetti sul sistema economico
(e cosa accadrebbe con l'emersione della contraffazione)

Domanda perduta	6.905 milioni euro
Impatto sulla produzione	18.580 milioni di euro
Impatto sul valore aggiunto	6.739 milioni di euro
Importazioni attivate	5.799 milioni di euro
Produzione generata ogni euro di domanda perduta (moltiplicatore)	2,7
Impatto sull'occupazione (unità di lavoro dirette e indirette)	100.515

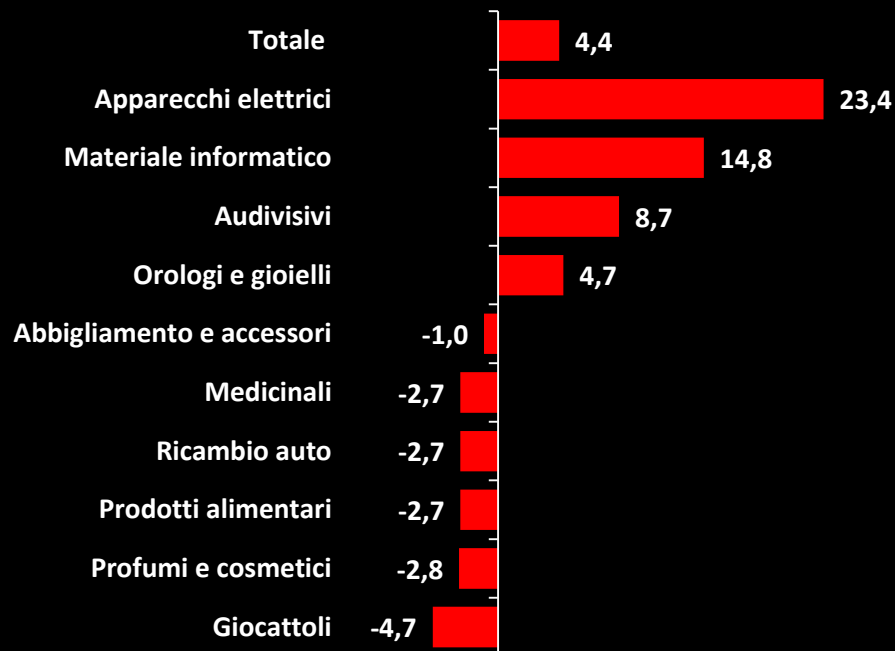
Fonte: stime Censis

Il «fatturato» del mercato del falso | 2

I settori più colpiti dalla contraffazione (%)



E quelli in cui la contraffazione cresce di più (2012-2015)
(variazione % reale)



Fonte: stime Censis

L'impatto fiscale della contraffazione

Il mancato gettito fiscale per redditi di impresa (riferiti al «fatturato» del mercato del falso), per redditi da lavoro (riferiti alle unità di lavoro coinvolte) e Iva

	Milioni di euro
Ires	841
Irap	387
Irpef, Ire	494
Totale IMPOSTE DIRETTE	1.722
Iva su domanda finale	1.087
Iva su produzione attivata	2.915
Totale IVA	4.001
TOTALE GETTITO TRIBUTARIO GENERATO DALLA CONTRAFFAZIONE	5.723

Fonte: stime Censis

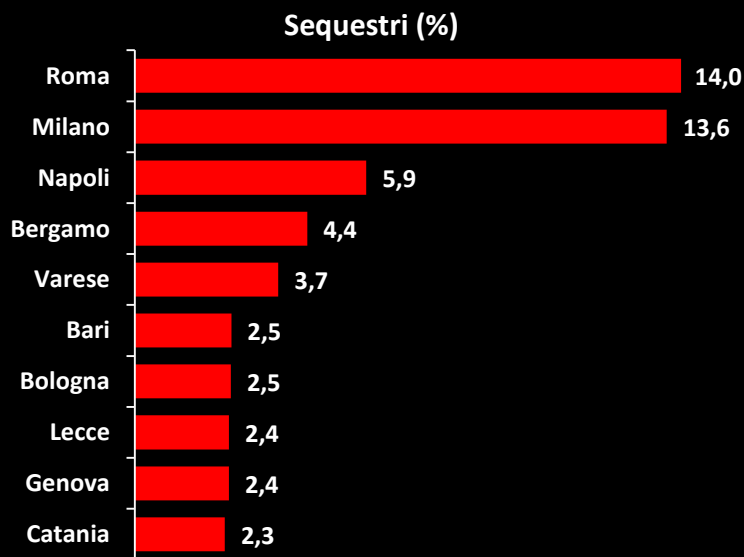
Il peso sul bilancio dello Stato del mancato gettito fiscale (miliardi di euro e %)



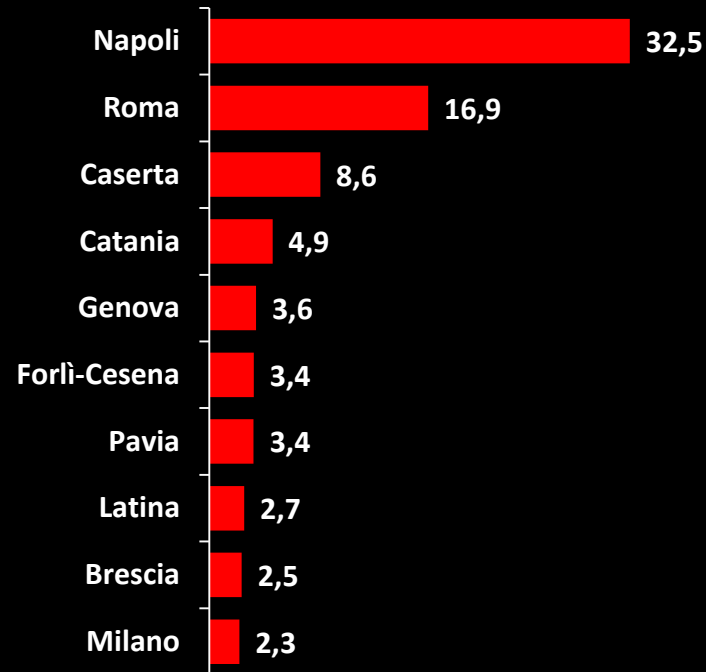
Le azioni di contrasto

I sequestri di merce contraffatta effettuati da
Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane nel 2017
(esclusi alimentari, bevande, tabacchi e medicinali)

Il numero dei sequestri	13.638
Il numero dei pezzi sequestrati	31,7 milioni



Le prime 10 province per numero
di pezzi sequestrati nel 2017 (%)



Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico-Dg Lotta alla Contraffazione-Uibm)

La metamorfosi del fenomeno: la contraffazione diventa «liquida»

-
- Diversificazione dei prodotti (qualità e prezzo)
 - Differenziazione dei target
 - Moltiplicazione dei canali di commercializzazione
 - Trasformazione della piattaforma logistica
 - Differenziazione della fenomenologia nei diversi territori

-
- Il controllo dei nodi della rete logistica (porti, aeroporti, ecc.) non può bastare per vincere la contraffazione
 - Bisogna interpretare i territori
 - Bisogna agire sulla domanda: coinvolgimento diretto dei cittadini-consumatori

Nuove strategie di elusione dei controlli

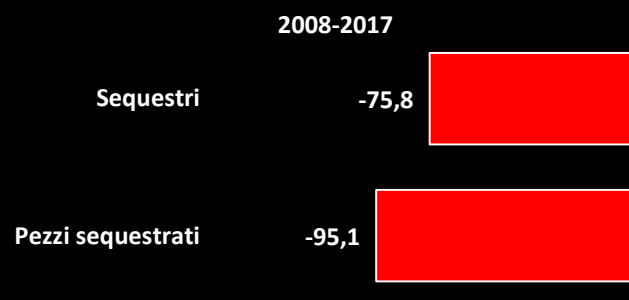
- Frazionamento dei carichi illeciti in partite di piccola entità portate a destinazione da corrieri, anche occasionali, a bordo di furgoni o autovetture, o al seguito di passeggeri in sbarco presso porti e aeroporti
- Spostamento del momento dell'apposizione dei marchi e delle etichette e del momento del confezionamento a una fase successiva a quella della produzione o della presentazione in dogana della merce
- Invio attraverso piccole spedizioni postali delle etichette e delle confezioni da apporre sui prodotti
- Ricorso sempre più frequente a internet per movimentare i prodotti illeciti, per gestire le risorse finanziarie o per servirsi delle enormi potenzialità di penetrazione commerciale dell'e-commerce e della capacità dei siti web di scomparire e rigenerarsi in tempi brevissimi

La contraffazione nel territorio di Reggio Calabria

Le specificità territoriali

- 24ª provincia in Italia per quantità di pezzi falsi sequestrati (11,5 milioni nel periodo 2008-2017).
- Forte calo dei sequestri a partire dal 2012: dai 3,5 milioni di pezzi nel 2011 ai 119mila del 2017. Da dimensioni eclatanti e allarmanti (hub della contraffazione cinese per il territorio nazionale) a ridotto mercato di smercio locale.
- Per un duplice effetto: l'interruzione della rotta Cina-Porto di Gioia Tauro grazie a brillanti operazioni di contrasto; la specializzazione del porto nel transhipment per rotte commerciali estero-estero.
- Maggiore polo di attrazione del mercato fake nella regione (il 64,9% delle merci sequestrate in Calabria nel 2017).
- Nel 2017 soprattutto sequestri di accessori (35,4%), giocattoli (29,2%), abbigliamento (12,5%), calzature (8,3%), provenienti soprattutto dalla Cina.
- Rete molecolare dell'ambulantato, radicato fenomeno dell'abusivismo commerciale low cost, vulnerabilità dell'economia locale ad attività illecite (sommerso, lavoro nero, criminalità).

L'azione di contrasto (variazione %)



- Nel 2017
48 sequestri e 118.816 pezzi sequestrati
da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane
(lo 0,4% dei sequestri a livello nazionale)

La risposta del territorio

Strategie e interventi coordinati e integrati:

- Focus 'ndrangheta: Piano d'azione nazionale e transnazionale coordinato dalla Prefettura di Reggio Calabria
- Progetto «Estate sicura» nell'ambito del Comitato per l'ordine e la sicurezza pubblica
- Operazioni mirate per il contrasto all'abusivismo commerciale
- Educazione alla legalità economica (Guardia di Finanza e Miur) nelle scuole primarie e secondarie
- La rete della legalità (Camera di commercio di Reggio Calabria)
- Civitas (Tribunale di Reggio Calabria)
- Pmi Day (Confindustria Reggio Calabria)

Il Piano provinciale d'intervento per la lotta alla contraffazione: le proposte

- **Analisi e monitoraggio della contraffazione nella città metropolitana di Reggio Calabria**
 - Istituzione di un Osservatorio provinciale permanente sulla contraffazione (ne esistono già due: a Torino e Firenze)

- **Controlli, vigilanza e presidio territoriale**
 - Coordinamento integrato delle attività delle Forze dell'Ordine
 - Coinvolgimento delle Polizie municipali dei Comuni della Città metropolitana

- **Formazione e supporto alle piccole e medie imprese e agli operatori della sicurezza**
 - Formazione delle Polizie municipali dei Comuni della Città metropolitana
 - Sensibilizzazione e formazione degli imprenditori (anche stranieri)

- **Informazione, comunicazione, educazione dei cittadini-consumatori**
 - Coordinamento unitario delle attività nelle scuole
 - Gazebo ed eventi informativi
 - Diversificazione dei canali di informazione
 - Campagne e punti informativi per i turisti