Ministero
dello Sviluppo Economico

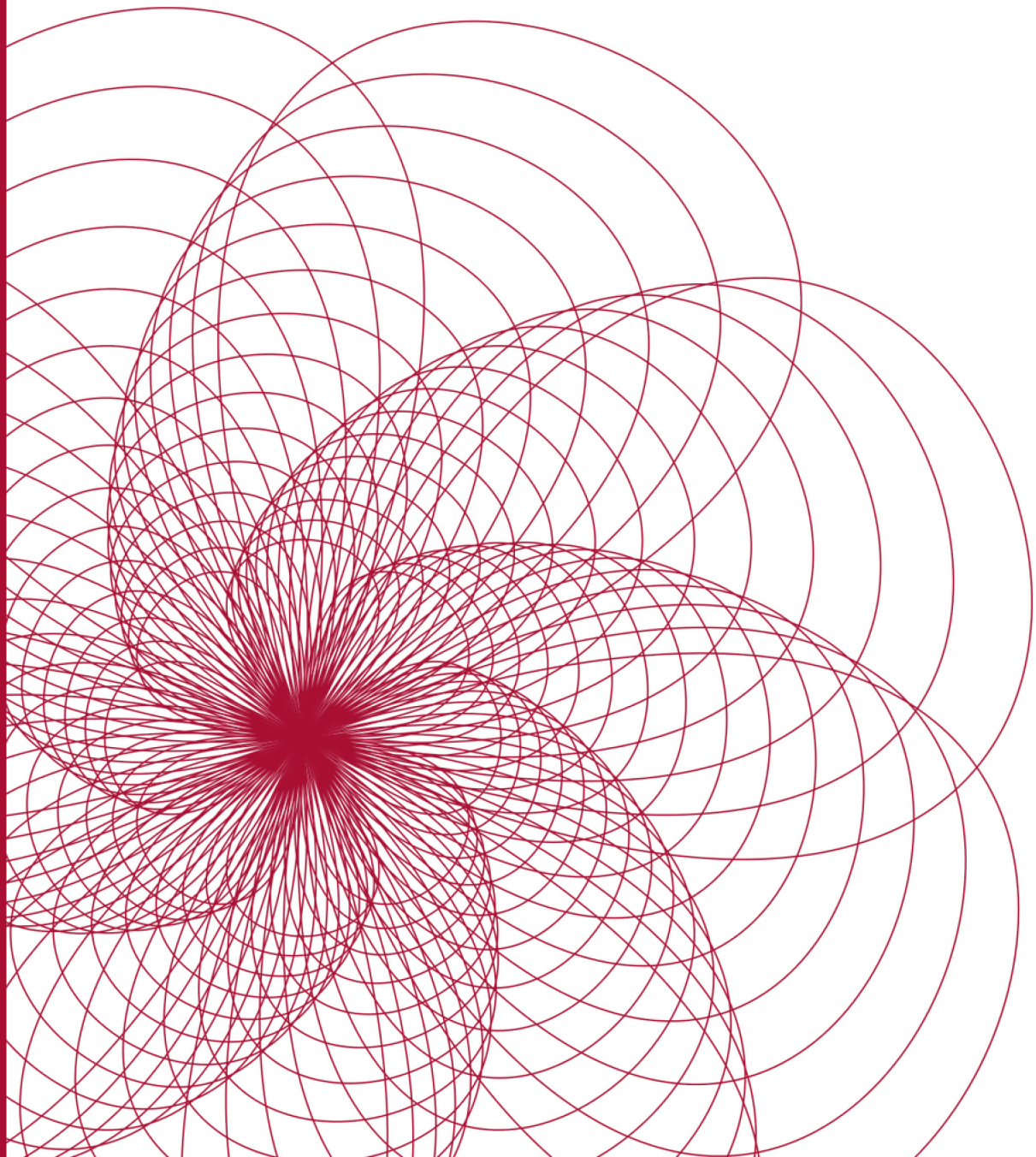
UIBM

La contraffazione nel settore dei cosmetici

Caratteristiche e impatto del fenomeno

Ottobre 2022

Abstract



CENSIS

Progetto di ricerca coordinato e finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale per la Tutela della proprietà industriale - Uibm
Studio a cura del Censis

Abstract

La contraffazione è fenomeno diffuso e proteiforme le cui vittime sono molteplici. Ne sono colpiti le grandi e le piccole aziende, la creatività italiana del *made in Italy*, la distribuzione singola e organizzata, i consumatori.

I danni che genera sono enormi: basti pensare all'impatto economico in termini di perdita di fatturato per le imprese e per i settori produttivi colpiti, alla perdita di occupazione e investimenti, alla perdita di immagine del Made in Italy; ma anche all'impatto sociale sulla sicurezza e la salute dei consumatori; all'impatto ambientale che deriva dall'utilizzo di tecniche di produzione illegali; all' impatto fiscale in termini di mancato gettito per le casse dello Stato.

Oggi, ad emergenza sanitaria conclusa e con una guerra in corso, quando le imprese italiane stanno spingendo per vendere i propri prodotti in Italia e all'estero e quando molti cambiamenti epocali nelle tipologie e nelle modalità di consumo sono avvenuti, è evidente come la presenza di un mercato parallelo a quello ufficiale, che sfrutta i vantaggi competitivi che gli derivano dal mancato rispetto degli adempimenti economici, fiscali, della sicurezza nei confronti dei lavoratori e dei consumatori, rappresenti un'ulteriore barriera alla crescita e, in alcuni casi alla sopravvivenza, delle imprese del *Made in Italy*.

Di tutto questo sono consapevoli istituzioni e stakeholders, che da anni combattono il fenomeno aggredendolo sui diversi versanti: normativo, della repressione e della prevenzione.

Lo studio su caratteristiche e impatto della contraffazione nel settore dei cosmetici risponde a due delle priorità individuate dal CNALCIS nella sua Agenda di attività per il biennio 2022-2023, vale a dire quella di promuovere analisi settoriali e quella di considerare la tutela della salute come settore prioritario di intervento.

L'industria cosmetica rappresenta un fiore all'occhiello dell'economia e del *made in Italy*, alimentata da una domanda di benessere e di bellezza che coinvolge tutta la popolazione, senza distinzione di genere e di età.

Accanto e parallelamente al mercato legale dei prodotti cosmetici si è sviluppato negli anni un mercato illegale, all'interno del quale sono presenti una serie illeciti, tra cui la produzione e commercializzazione– nei canali fisici e on line- di cosmetici contraffatti.

Si tratta di un mercato fiorente e consistente, alimentato da una forte domanda da parte dei consumatori: il 21% delle famiglie italiane ammette di aver acquistato almeno una volta un cosmetico falso, e il 12,9% lo ha fatto intenzionalmente.

I dati relativi ai sequestri effettuati dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane alle frontiere e sul territorio evidenziano come negli ultimi dieci anni siano stati sottratti dal mercato oltre 10 milioni di cosmetici falsi. Nel 2021 i pezzi sequestrati sono stati 120.000 e nei primi sei mesi del 2022 la sola Guardia di Finanza ha intercettato 105.280 cosmetici falsi.

Negli ultimi anni, parallelamente alla crescita dell'e-commerce si è molto sviluppato il mercato dei falsi on line: un recente studio congiunto OCSE-EUIPO[1]rivela come dal 2017 al 2019 il 56% dei sequestri di merci contraffatte (per un valore che corrisponde al 14% del totale) alle frontiere esterne dell'Unione europea riguardi prodotti venduti online, e la categoria prevalente nei sequestri sono proprio i cosmetici.

Per altro, i più esposti al falso sul web sono i giovani nativi digitali, che cercano sulla rete le occasioni per comprare prodotti di qualità ad un prezzo conveniente.

I più imitati sono i profumi dei grandi marchi del lusso, ma tra gli articoli falsificati (e sequestrati) ci sono anche creme per il viso e il corpo, solari, saponi, dentifrici, prodotti per il *make up*: praticamente non c'è cosmetico che non possa essere riprodotto e falsificato.

La Cina è il paese da cui proviene la stragrande maggioranza dei cosmetici falsi, ma le operazioni delle Forze dell'ordine hanno disvelato la presenza di insediamenti produttivi in Turchia con prodotti che raggiungono il nostro paese attraverso la cosiddetta rotta balcanica. Anche in Italia è accertata la presenza di piccole fabbriche di produzione e/o di etichettamento o confezionamento di cosmetici falsi, spesso situate in zone limitrofe a quelle dei poli produttivi maggiori. Non è un caso se nel 2021 la provincia in cui è stato rinvenuto il maggior numero di cosmetici contraffatti è quella di Lodi, che, insieme a Cremona, ospita le principali aziende italiane in un vero e proprio distretto della bellezza.

Oggi sul mercato dei beni fisici e dell'on line è possibile trovare un'offerta piuttosto differenziata di cosmetici falsi, sotto forma di:

- *Prodotti falsi, imitazione di originali*. In genere si tratta di profumi, che sono i più facili da imitare. Questi prodotti possono trovarsi nelle bancarelle, all'interno dei borsoni dei venditori ambulanti, o,

[1] Oecd-Euipo, Misuse of e-commerce for counterfeits, 2021.

più spesso, su internet, nelle piattaforme o sui social. Da segnalare che negli ultimi anni si è avviato un percorso di collaborazione e responsabilizzazione con i principali *marketplace*, che oggi sono impegnati per individuare ed espellere l'offerta di merca falsa. Più difficile controllare i social, dove trovano spazio anche intermediari o venditori improvvisati.

- *Prodotti che non esistono*, spesso associati a brand del lusso. Si tratta di un fenomeno molto diffuso all'estero, in particolare in paesi dove c'è una forte attenzione al marchio e una minore consapevolezza dei prodotti presenti sul mercato.
- *Importazione e vendita on line o in negozi etnici di medicinali e cosmetici proibiti (in alcuni casi contraffatti).* Il caso esemplare è rappresentato dalla creme sbiancanti a base di corticosteroidi, che in Europa sono considerate farmaci e nei paesi extraeuropei sono cosmetici. In parallelo al mercato dell' importazione illegale, si è sviluppato negli anni un mercato di copie contraffatte, che nel nome richiamano i prodotti originali.

I cosmetici contraffatti non utilizzano solo in modo fraudolento un marchio, un nome o un packaging registrati da altri danneggiando in questo modo il sistema economico e l'immagine del *made in Italy*, ma sono fabbricati illegalmente non rispettando i requisiti di sicurezza e di qualità degli ingredienti e delle tecnologie di produzione stabiliti dalle normative, prima tra tutti il Regolamento (CE)1223/2009, cosiddetto Regolamento Cosmetici, entrato in vigore in Italia nel luglio 2013.

Il non adempimento delle regole non garantisce né sull'efficacia né sui reali effetti dei prodotti falsi, che nella migliore delle ipotesi non sortiscono gli effetti desiderati. Infatti, nonostante i cosmetici non siano prodotti medicali si tratta comunque di prodotti di formulazione chimica che vengono applicati sulla pelle e su parti intime o sensibili del nostro corpo e che, se non formulati correttamente, possono creare effetti indesiderati, anche gravi.

Le analisi chimiche disposte ad hoc nell'ambito del presente studio confermano che i prodotti contraffatti non solo non rispettano le normative sulla tracciabilità e sulla sicurezza dei prodotti, ma possono provocare gravi danni alla salute dei consumatori e danneggiare l'ecosistema in cui viviamo.

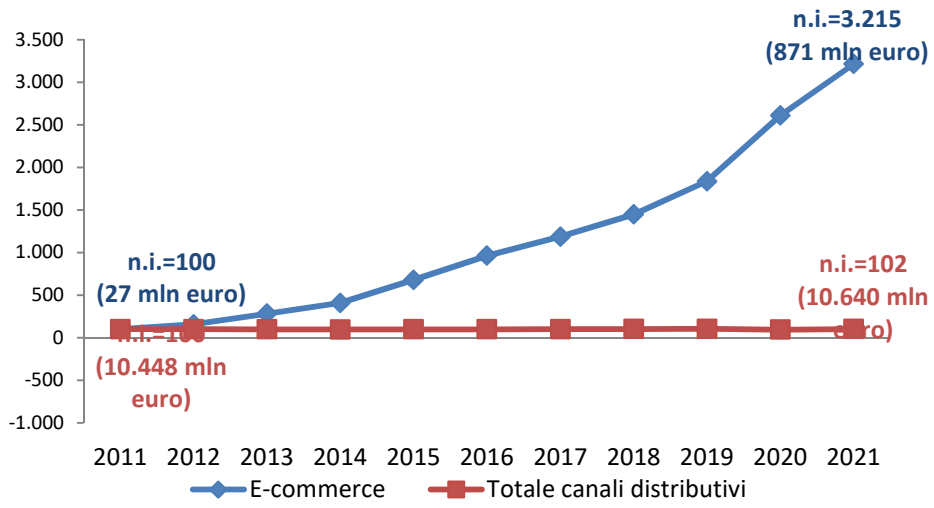
Negli ultimi anni le azioni anticontraffazione si sono intensificate, agendo su più versanti: il *contrasto*, attraverso controlli sempre più mirati on e off line e con la partecipazione ad operazioni internazionali come Aphrodite IV, la *collaborazione interistituzionale,* di cui è un esempio la creazione in seno al MISE del Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'*Italian*

Sounding (CNALCIS), l'adeguamento del *quadro normativo* al nuovo contesto che si è creato, sino all'approvazione, nel luglio di quest'anno, del Regolamento sui servizi digitali*, Digital Service Act* (DSA), che mira a garantire che ciò che è illegale offline lo sia anche nell'ambiente online.

Inoltre è molto cresciuta l'attenzione delle istituzioni, dei produttori, dei consumatori nei confronti della trasparenza e della tracciabilità dei cosmetici, che ha portato alla realizzazione di sistemi di tracciatura sempre più affidabili, anche utilizzando la tecnologia blockchain. Tali sistemi consentono a tutti i soggetti della filiera di monitorare in tempo reale le diverse fasi della vita di ciascun prodotto, e al consumatore di verificarne direttamente le caratteristiche e l'originalità.

Ed è proprio sulla cultura del prodotto originale e sulle sue caratteristiche di qualità e di sicurezza, che garantiscono la tutela della salute del consumatore ed il rispetto della sostenibilità ambientale, che è necessario insistere nelle attività di prevenzione e sensibilizzazione, specialmente in quelle rivolte ai più giovani. Perché i giovani devono essere in grado di riconoscere se stanno acquistando in un ambiente sicuro, e devono sapere che il prodotto falso non danneggia solo il sistema economico, ma può causare danni, anche gravi, alla salute individuale e al sistema che ci circonda.

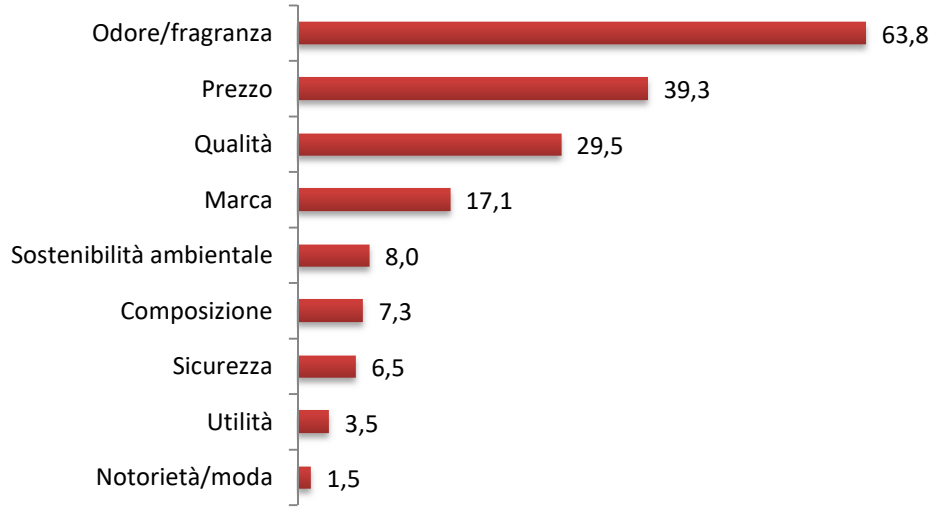
Fig. 1 - Andamento dei consumi di cosmetici in Italia, e-commerce e totale canali distributivi, 2011-2021 *(v.a. e numeri indice 2011 uguale 100)*



Fonte: elaborazione Censis su dati Cosmetica Italia

Fig. 2 - Caratteristiche considerate quando si acquista un profumo e/o un altro cosmetico (*) *(val. %)*

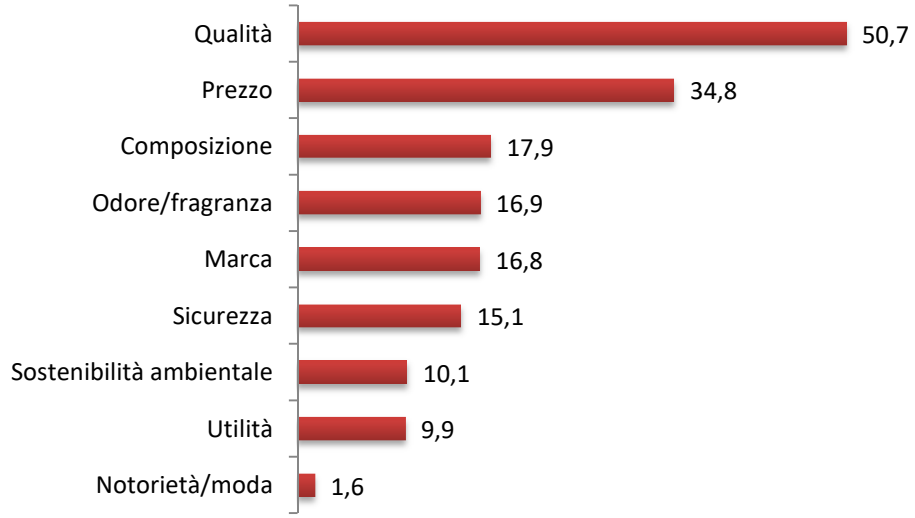
Profumo



(*) Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2022 Fonte: indagine Censis, 2022

Altro cosmetico



(*) Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2022

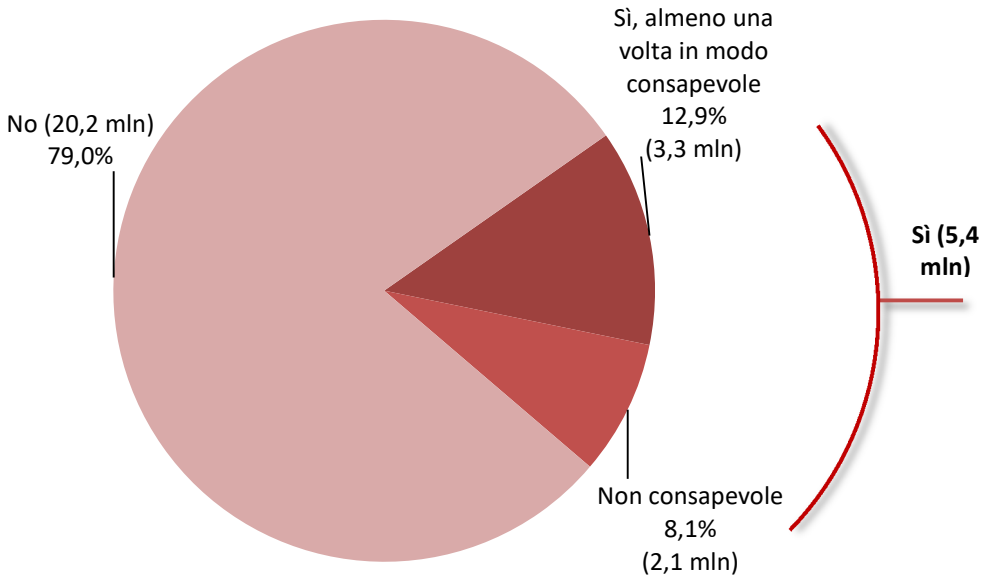
Tab. 1 - Cosmetici: sequestri e pezzi sequestrati per contraffazione da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, 2021 *(v.a. e var.% 2011-2021)*

Categoria merceologica	2021 (v.a.)	Totale 2011-2021 (v.a.)	var. % 2011-2021	var. % 2020-2021
		Sequestri		
Cosmetici	506	1.882	1.345,7	381,9
Totale categorie merceologiche (*)	**14.309**	**151.993**	**-6,5**	**63,0**
		Pezzi sequestrati		
Cosmetici	120.183	10.605.117	-88,2	-1,2
Totale categorie merceologiche (*)	**31.060.839**	**443.107.780**	**-43,0**	**86,7**

(*)Esclusi alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

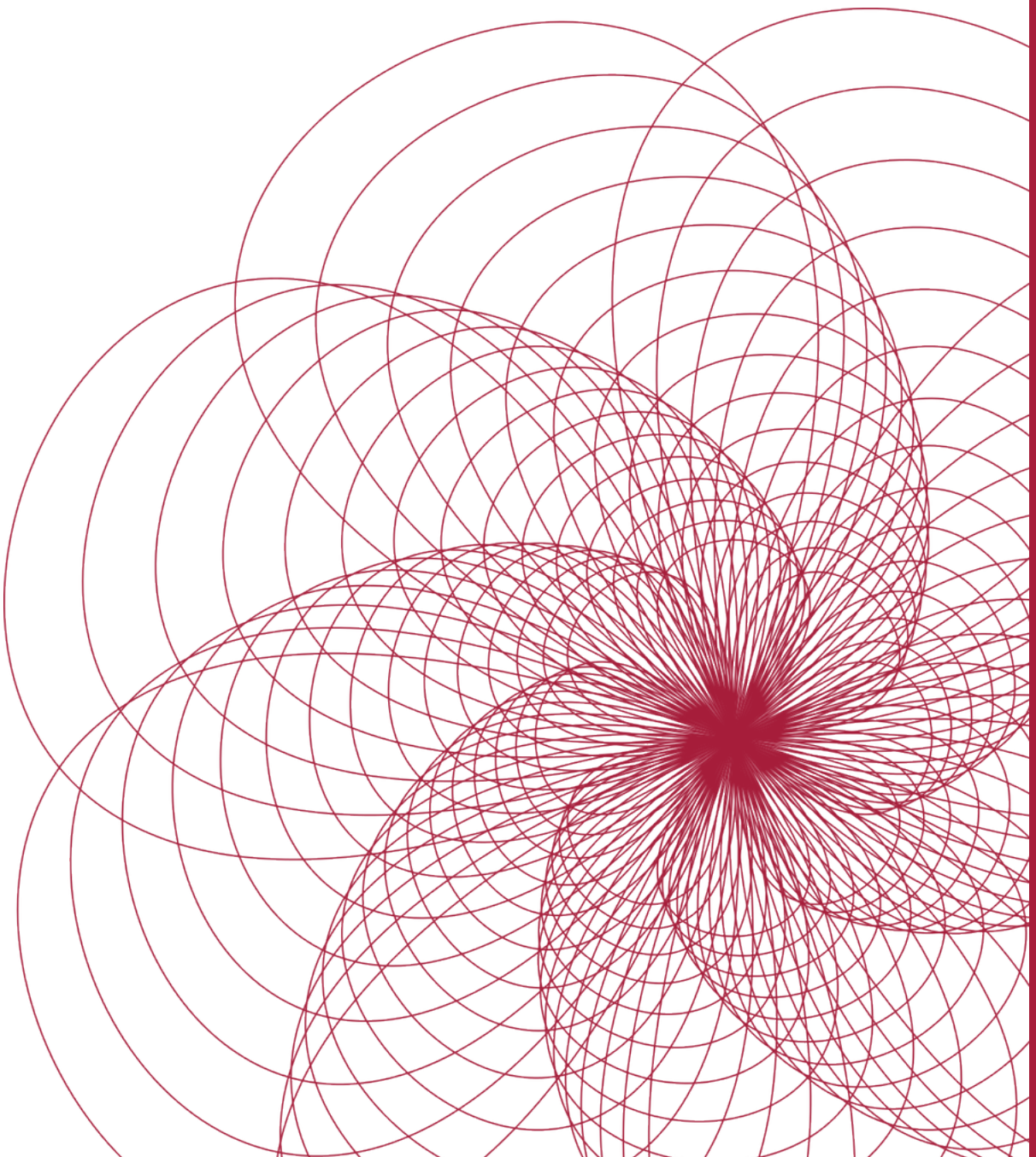
Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MISE, Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM)

Fig. 3 - Famiglie che hanno acquistato almeno una volta profumi e/o altri cosmetici falsi (v.a. e val. %)



Ministero
dello Sviluppo Economico

UIBM



CENSIS