

INDAGINE EUIPO

Acquisto di falsi, italiani più virtuosi della media Ue

Prodotti contraffatti e download illegali: la percentuale degli italiani che ammette di comprarli (2%) e fruirne (6%) è inferiore alla media Ue. Lo rileva Euipo che evidenzia come il 45% degli italiani abbia invece pagato per fruire di contenuti legali (contro il 42% della media europea).

Marta Casadei
— a pagina 16



151855

L'indagine Euipo**Brand falsi e download illegali:
2% di acquirenti in Italia, 5% Ue****Marta Casadei**

italiani più virtuosi della media europea sul fronte dell'acquisto intenzionale di prodotti contraffatti e della fruizione illegale di contenuti disponibile online. E anche sull'accesso a contenuti legali a pagamento. Merito di un'offerta sempre più vasta e abbordabile di prodotti digitali e di una crescente sensibilità sul tema della proprietà intellettuale, che viene percepita oggi come un valore che va protetto e non solo dalle aziende per il loro interesse economico.

Consumi illegali in calo

È questo il quadro che emerge da una recente indagine condotta da Euipo, l'ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale, che ha intervistato un campione di 25.636 residenti nell'Ue, dai 15 anni in su. Con risultati incoraggianti: se a livello europeo il 5% dei cittadini europei afferma di aver acquistato intenzionalmente prodotti contraffatti negli ultimi 12 mesi, in Italia la percentuale si ferma al 2% (contro il 6% del 2017). Anche la percentuale di italiani che ha ammesso di aver avuto accesso a contenuti provenienti da fonti online illegali è inferiore alla media europea: il 6% contro l'8 per cento.

«In quest'indagine, che abbiamo ripetuto a tre anni di distanza dalla precedente, emerge una maggiore consapevolezza, mostrata soprattutto dagli italiani, del valore della tutela dei marchi - racconta Andrea Di Carlo, vicepresidente esecutivo di Euipo -. C'è una spinta che arriva dai giovani, disponibili a garantire fedeltà ai brand e a non cercare di acquistare prodotti contraffatti: nella fascia d'età 15-24 anni, infatti, si registra il calo più significativo della propensione all'acquisto di falsi». I giovanissimi, per adesso, sono però i più avvezzi a scaricare o fruire illegalmente di

contenuti online: in Europa lo fa quasi uno su quattro.

Più contenuti di qualità

A cambiare le carte in tavola - oltre alle campagne di sensibilizzazione che l'Euipo conduce in collaborazione con alcune istituzioni - anche la crescita dell'offerta dei contenuti legali. Per cui le persone sono disposte a pagare: negli ultimi 12 mesi il 42% degli europei ammette di aver pagato per accedere a contenuti protetti da diritto d'autore provenienti da una fonte legale, in aumento del 17% rispetto allo studio "gemello" condotto da Euipo nel 2017. In Italia questa percentuale è più alta, e più marcata è anche la crescita: a pagare per i contenuti è quasi una persona su due (45%), il 29% in più rispetto al 2017. «Il pubblico anche in passato aveva manifestato una forte disponibilità e interesse verso offerte legali e accessibili sul piano economico - continua Di Carlo - e oggi questa apertura si sta traducendo in un cambio di passo nell'atteggiamento». A fare la differenza, come detto, sono qualità e prezzi: tre quarti degli intervistati affermano che la qualità dei contenuti online legali è migliorata e l'89% preferirebbe accedere legalmente a tali contenuti se il prezzo fosse ragionevole.

Quando si parla di contenuti veicolati illegalmente e di prodotti falsi,

è impossibile non menzionare il web che oggi offre possibilità pressoché illimitate sfruttando, tra le altre cose, alcuni vuoti legislativi. «L'attenzione è molto cresciuta nel tempo - dice Di Carlo - soprattutto a livello europeo: è una priorità perché la mancata tutela dei marchi e della proprietà intellettuale è una seria minaccia alla competitività europea». L'Euipo non ha un mandato per agire direttamente su questo fronte, ma collabora con l'Europol nella lotta alla contraffazione e alla pirateria.

Tutela delle Pmi

Una lotta che, negli ultimi anni, è partita anche dai big player del web. Ultimo in ordine cronologico: Amazon ha lanciato (anche in Italia) il suo IP accelerator: un programma per aiutare le Pmi a ottenere la registrazione del marchio, proteggere il brand e contrastare la contraffazione delle merci. «L'atteggiamento delle piattaforme è cambiato: hanno incrementato il loro impegno su questo fronte perché ne va anche della loro reputazione», dice Di Carlo. Che sottolinea l'impegno delle istituzioni a sostegno delle piccole imprese, sempre sul fronte della proprietà intellettuale: «A gennaio verrà lanciato un fondo da 20 milioni di euro, accessibile alle Pmi proprio per proteggere disegni, modelli e marchi».

Nessun «effetto Covid»

Il Covid-19, oltretutto, non ha spostato l'attenzione delle imprese da questi temi: «Se nei primissimi mesi, marzo e aprile, c'è stata una contrazione delle richieste di registrazione, a partire da maggio abbiamo visto un incremento notevole - chiosa il vicepresidente di Euipo -. Se il primo Paese per registrazioni è la Cina, l'Italia ha fatto registrare una crescita: il numero di marchi registrati in Ue è cresciuto del 7% sul 2019. C'è voglia di investire».

IN ITALIA**45%****Ha fruito di contenuti legali**

La percentuale è più alta della media europea (42%) ed è cresciuta del 29% rispetto a quanto rilevato nella precedente indagine Euipo, condotta nel 2017. L'89% preferirebbe sempre la legalità a un prezzo accessibile

© RIPRODUZIONE RISERVATA