

Falso made in Italy, perdite record

MILANO

Dalle scarpe ai farmaci, dal cibo all'elettronica, l'invasione di prodotti taroccati non sta concedendo alcuna tregua, anzi fa registrare una cospicua crescita sul web. L'allarme in Asia e 35 miliardi di danni

La conta dei danni provocati dalla contraffazione non smette mai di stupire, purtroppo in negativo. Dalle scarpe ai farmaci, dal cibo all'elettronica, l'invasione di prodotti falsi non sta infatti concedendo alcun cenno di tregua. Ne sanno qualcosa le tante aziende manifatturiere grandi, medie e piccole che stanno cercando di attrezzarsi, in modo più incisivo di quanto fatto finora. Ma trovare le giuste contromisure non è affatto semplice, soprattutto nell'era dell'e-commerce. Che rappresenta sempre più un El Dorado per le "aziende fantasma" che fanno affari smerciando prodotti falsi.

Secondo le ultime rilevazioni dell'Ocse, il commercio mondiale di beni contraffatti (borse di lusso, orologi, prodotti alimentari, componenti auto, ecc.) ha un impatto sull'economia italiana che oscilla tra l'1 e il 2% del Pil in termini di mancate vendite. I dati più aggiornati stimano il valore totale dei beni italiani contraffatti venduti nel mondo in 35 miliardi di euro (4,9% delle vendite globali di prodotti made in Italy). E l'import dei falsi, provenienti soprattutto da Cina (50%) e Hong Kong (29%), in 10 miliardi. La piaga del nuovo millennio è senza dubbio la vendita online, fenomeno non proprio semplice da misurare: «È molto difficile stimare quale parte dei 35 miliardi possa essere ricondotta al commercio online dei falsi – spiega Claudio Bergonzi, segretario Generale di Indicam, l'istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione – Le imprese del falso di fatto non esistono, visto che non lasciano tracce pubbliche di contratti, bilanci e tasse».

I settori del fashion e del food sono da sempre i più danneggiati, anche se ormai tutto il made in Italy va considerato sotto tiro. Ci sono poi alcuni prodotti che raramente vengono menzionati ma che rappresentano un ottimo mercato per la criminalità digitale, come i farmaci e gli integratori alimentari. La notizia positiva è la sensibilità delle aziende in aumento, specialmente quando si tratta di sbarcare all'estero. «Gli imprenditori hanno capito la necessità di tutelare il brand e la proprietà intellettuale, soprattutto nella fase di internazionalizzazione – rileva Clizia Cacciamani, co-fondatrice dello studio legale Innova & Partners specializzato in tutela della proprietà intellettuale – C'è una maggiore consapevolezza su questi temi, tanto che le aziende ora ci chiedono di aiutarli a difendere il proprio marchio prima di entrare in un mercato straniero. E non dopo come avveniva spesso in passato».

Anche le grandi piattaforme di



I numeri

LA CLASSIFICA DELLE FALSIFICAZIONI I SISTEMI ELETTRONICI SONO I PIÙ CONTRAFFATTI

DISPOSITIVI ICT	2.263
COMPUTER, TABLET, MACCHINE UTENSILI	1.076
VEICOLI E ACCESSORI AUTO	1.023
OTTICA, MEDICALI E OCCHIALI DA SOLE	781
ABBIGLIAMENTO	725
CALZATURE	495
PRODOTTI ALIMENTARI	481

IN MILIONI DI EURO

Il personaggio



Clizia Cacciamani
co-fondatrice dello studio
Innova & Partners specializzato
in tutela della proprietà
intellettuale

vendita online si stanno dando da fare: «Amazon verifica l'esistenza di un marchio registrato prima di concedere l'apertura di un negozio online. Alibaba effettua controlli anticontraffazione sempre più intensi. Si tratta comunque di un impegno obbligato – sostiene Cacciamani – Ci sono stati casi di grandi brand come Louis Vuitton e Birkenstock che hanno addirittura ritirato le vendite dai grandi portali». Da un punto di vista geografico, la Cina continua a rappresentare il "grande mostro": «Alcu-

ni marchi famosi vengono registrati da altri prima dell'effettivo sbarco e ormai capita pure con le aziende minori. Anche i brand di realtà italiane che non operano in Asia risultano già registrati. C'è chi lo fa per chiedere il "riscatto" del marchio e chi per impedirne l'attività. Il problema è che i tempi delle azioni legali di contrasto sono decisamente lenti».

Tante realtà stanno puntando sulla prevenzione, in particolare su una prevenzione di natura tecnologica (vedi l'inserimento di QR Code, codici seriali e microchip nei prodotti per favorire la tracciabilità). «Il canale online dei prodotti fake esploderà nei prossimi anni – prevede Cacciamani – Le aziende ci chiedono quindi sempre più spesso una sorveglianza digitale, volta a contrastare l'utilizzo fraudolento di un brand su social network, portali di e-commerce e siti web». Resta infine da segnalare il caso in controtendenza dei contenuti audio-video. Che, secondo i dati della Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali, sono meno stressati che in passato dal fenomeno della pirateria: «Il costo contenuto di Netflix, Spotify e altri servizi aiuta. È la prova che se il consumatore viene messo nelle condizioni di scegliere a costi accettabili, tende a scegliere il canale lecito». – a.fr.