Anno XII - Numero 5 - Maggio 2011
Iscrizione tribunale di roma sezione stampa n.503-00 del 28.11.2000 poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale decreto legge 353/03 (convenzione legge 46/04) articolo 1 comma 2, dcb roma

# DIRITTI&CONSUMI

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIRETTORE RESPONSABILE ANTONIO LONGO REDAZIONE LAURA SIMIONATO, SILVIA BIASOTTO, LIVIA ZOLLO, PAOLO DI LENA, NATASHA TURANO PROGETTO GRAFICO MARCO LOVISATTI SEDE E REDAZIONE VIA QUINTINO SELLA 41, 00187 ROMA TEL. 06 4881891 EMAIL DIRITTIECONSUMI@MDC.IT STAMPA SOCIETÀ TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/04/2011 HA COLLABORATO A QUESTO NUMERO CINZIA DONADIO

## L'EDITORIALE

di ANTONIO LONGO - PRESIDENTE MDC

La contraffazione è un fenomeno molto dannoso per il sistema economico e la filiera produttiva e commerciale, ma anche per la società nel suo complesso e per il consumatore. Anzitutto per gli effetti negativi generali in termini di illegalità, perché la produzione e la distribuzione di prodotti contraffatti sono sempre più in mano alla criminalità organizzata.

Per quanto riguarda direttamente il singolo consumatore, dobbiamo guardare anzitutto alla **qualità del prodotto acquistato**: un prodotto contraffatto non conviene sul piano economico e spesso si tratta di **vere e proprie truffe**. Quando si verifica questo, a soffrirne è il portafoglio del consumatore. In altri casi, più preoccupanti, ci possono essere conseguenze pericolose per la salute del cittadino che fa l'acquisto contraffatto: pensiamo in particolare alla contraffazione alimentare, a quella farmaceutica e cosmetica. Indagini recenti hanno accertato l'aumento di problemi dermatologici dovuti a cosmetici contraffatti, sono segnalate intossicazioni da farmaci contraffatti e si verificano danni ancora più gravi nel caso dell'assunzione di prodotti dimagranti o per performances sessuali (Viagra, Levitra, etc.) acquistati on line. Per questo è un interesse anche dei consumatori essere informati sulla contraffazione, sugli aspetti produttivi e commerciali di questa "filiera" illecita e potenzialmente dannosa.

**Il Ministero dello Sviluppo Economico, con la Direzione generale per la lotta alla contraffazione**, ha messo a disposizione delle associazioni consumatori delle risorse economiche per attivare una serie di strumenti che hanno come obiettivo la sensibilizzazione dei cittadini sulla contraffazione, attraverso sportelli informativi, materiali stampati e on line, numeri verdi, iniziative pubbliche, seminari informativi. Il progetto **"Io non voglio il falso"** organizza tutte queste azioni che vedono coinvolto da protagonista anche il **Movimento Difesa del Cittadino**.

Da anni siamo in prima fila nella lotta alla contraffazione, soprattutto nel settore alimentare, con il rapporto **"Italia a tavola"**, che è il più importante studio sulla filiera agroalimentare, esaminata sotto l'aspetto dell'illegalità accertata dalle ispezioni di tutti i corpi di polizia e delle istituzioni preposte alla sicurezza alimentare.

# SPECIALE CONTRAFFAZIONE

PAG. 2/3

Di recente, ci siamo impegnati anche sulla contraffazione cosmetica, collaborando con **UNIPRO** (l'associazione nazionale delle aziende cosmetiche) in una indagine sull'atteggiamento degli italiani su questo importante comparto.
In questo numero di ***Diritti&Consumi*** trovate notizie e informazioni sul progetto. E' solo un inizio forte di una attività che ci vedrà impegnati per oltre un anno su tutto il territorio. "Io non voglio il falso!" deve diventare anzitutto una convinzione profond a e quindi un comportamento coerente, a tutela anzitutto della nostra salute, oltre che del nostro portafoglio, del sistema produttivo italiano e della legalità.

## COSMETICI. BEAUTY REPORT 2011

IL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO HA COLLABORATO AL RAPPORTO SULL'INDUSTRIA COSMETICA IN ITALIA CON UN'INDAGINE SULLA CULTURA DELLA CONTRAFFAZIONE DEI CONSUMATORI ITALIANI.

PAG. 4/5

## CONTRAFFAZIONE: SAPERNE DI PIÙ PER DIFENDERSI MEGLIO

PAG. 6/7/8

# IO NON VOGLIO IL FALSO

La campagna per la lotta alla contraffazione delle associazioni dei consumatori, in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico.

di Laura Simionato

"**Io non voglio il falso**". È questo l'invito che il Ministero dello Sviluppo Economico e le Associazioni dei Consumatori lanciano agli italiani con la campagna informativa per la lotta alla contraffazione promossa dal Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione – Direzione generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio italiano Brevetti e Marchi del Ministero, in collaborazione con Acu, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino.

**La campagna, iniziata a fine 2010, ha lo scopo di sensibilizzare i consumatori sull'illegalità della contraffazione** e quindi dell'acquisto di prodotti contraffatti e della eventuale pericolosità derivante dall'acquisto di tali beni. La contraffazione è un fenomeno in espansione, che a partire dall'abbigliamento si è esteso contaminando anche settori sensibili quali gli alimenti, i prodotti per l'igiene della persona, i cosmetici, i giocattoli, ecc. Un fenomeno preoccupante perché mette a repentaglio la sicurezza e la salute delle persone.

Presso le sedi e sui siti delle **Associazioni Acu, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino** è disponibile gratuitamente materiale informativo sotto forma di vademecum e volantini su come contrastare il fenomeno della contraffazione, e sui rischi che un prodotto contraffatto comporta alla salute e alla sicurezza. Nell'ambito dell'iniziativa è stata già realizzata **una campagna in occasione del Natale 2010**, con l'obiettivo di invitare i consumatori a tenersi lontani dai prodotti contraffatti anche in occasione delle spese e i regali per le festività. Per tutto il periodo delle festività natalizie e in tutta Italia, le Associazioni hanno distribuito ai consumatori materiale informativo, realizzato spot di sensibilizzazione (vedi lo spot realizzato da MDC e pubblicato on line al link www.mdc.it/it/progetti_e_campagne/campagna_lotta_alla_contraffazione.html ). **Acquistare e regalare prodotti originali e certificati è, infatti, garanzia di sicurezza e salute per se stessi e per gli altri**. Basti pensare ai giocattoli contraffatti, non garantiti da marchi di qualità e conformità alle norme di legge, e che possono quindi essere costruiti con materiali tossici nocivi per la salute, o anche infiammabili mettendo così a repentaglio la sicurezza dei bambini.

Il Movimento Difesa del Cittadino nell'ambito della campagna ha da poco lanciato anche una rubrica radiofonica "Radio Attenti al Falso!" per informare i consumatori sul fenomeno della contraffazione, sulle notizie di attualità e le iniziative del progetto: le trasmissioni radiofoniche possono essere ascoltate nel sito dell'associazione www.mdc.it/it/progettiecampagne/campagna_lotta_alla_contraffazione.html.

"Io non voglio il falso" non è solo una campagna di sensibilizzazione per la tutela del consumatore, ma anche una campagna per la salvaguardia delle imprese italiane e dei posti di lavoro. Sostenere il commercio legale è un modo in più per combattere l'illegalità.

Per segnalare casi di contraffazione o chiedere informazioni per contattare le associazioni dei consumatori, **i cittadini possono contattare lo 06.47055800 o scrivere a anticontraffazione@sviluppoeconomico.gov.it**

Il Movimento Difesa del Cittadino, inoltre, ha attivato **5 Sportelli a Cuneo, Siena, Perugia, Avellino e Modica**, e un **Numero Verde 800 912637** (vedi box) a disposizione dei cittadini per l'invio di segnalazioni su casi di contraffazione.

## IO NON VOGLIO IL FALSO
### MDC Servizi di assistenza ai consumatori

**NUMERO VERDE 800 912637**

Attivo dal lunedì al venerdì con i seguenti orari:
Lunedì 9.00 – 12.00
Martedì 16.00 – 20.00
Mercoledì 10.00 – 13.00
Giovedì 9.00 – 13.00
Venerdì 9.30 – 12.00

**SPORTELLI**

*Sportello Cuneo*
Via Bongiovanni, 31 - 12040 Morozzo CN
Aperto il lun -mart - merc – ven h. 9.30 alle 12.00
*cuneo@mdc.it*

*Sportello Siena*
Loc. Costalpino S.S 73 Ponente - 53100 Siena
Aperto il mart- mer-giov h. 16.00-20.00
*siena@mdc.it*

*Sportello Perugia*
Via della Viola, 1 - 06122 Perugia
Aperto il lun h. 9.00-12.00, merc h. 15.30-18.30, giov h. 9.00-13.00, ven h. 15.30-17.30
*perugia@mdc.it*

*Sportello Avellino*
Via Carlo Del Balzo, 17 - 83100 Avellino
Aperto il giov h. 9.00-13.00/14.00-18.00, sab h. 9.30-13.30
*avellino@mdc.it*

*Sportello Modica*
Via Resistenza Partigiana, 114b - 97015 Modica (Ragusa)
Aperto il lun-mer-ven h. 10.00-13.00 e il mar-gio h. 17.00-18.30
*modica@mdc.it*

# CONTRAFFAZIONE, COME VIENE PERCEPITA DAGLI ITALIANI?

I RISULTATI DELL'INDAGINE DELLE 8 ASSOCIAZIONI IMPEGNATE NELLA CAMPAGNA "IO NON VOGLIO IL FALSO" SULLA PERCEZIONE DEL FENOMENO DA PARTE DEGLI ITALIANI.

Nell'ambito della Convenzione siglata a novembre 2010 e che vede collaborare la Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico e le 8 **Associazioni Acu, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino**, si inserisce **un'indagine quali-quantativa realizzata su un campione di 4000 consumatori**, coerentemente rappresentativo del territorio nazionale. Il sondaggio è parte di un complesso di attività previste dalla Convenzione e costituisce un passaggio chiave per verificare e analizzare la percezione del fenomeno contraffattivo da parte dei consumatori, indagando principalmente la loro **consapevolezza circa i rischi che il fenomeno della contraffazione può determinare per la salute e la sicurezza**.

Il sondaggio d'opinione ha, dunque, indagato la dimensione del fenomeno, ne ha sottoposto a verifica modalità e canali d'acquisto e ha contribuito ad evidenziare i prodotti maggiormente oggetto d'acquisto, riscontrando così la reale consapevolezza rispetto ai rischi sulla salute e la sicurezza, oltre che l'impatto sull'economia del paese.

L'indagine ha prodotto risultati molto interessanti, delineando scenari in alcuni casi inaspettati e che si configurano come un valido punto di partenza per riflessioni, spunti e azioni successive. Nell'ambito della conoscenza del fenomeno e delle sue ripercussioni, **il 90% degli intervistati (con punte del 93% nel Nord Est e nel Nord Ovest) dichiara di essere oggi a conoscenza del rischio di sanzioni amministrative derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti, tuttavia l'elemento "prezzo" gioca un ruolo fondamentale nella motivazione di acquisto** -soprattutto in un contesto economico delicato come quello attuale - tale per cui il campione afferma di essere disposto a correre rischi sia pecuniari che di salute pur di ottenere un effettivo risparmio economico.

**Un prezzo accessibile ed allettante, dunque, rappresenta il principale stimolo all'acquisto di prodotti falsi (82,3%)**, al quale si accompagna una significativa, quanto allarmante affermazione se si indaga ulteriormente circa la qualità del prodotto contraffatto: il campione dichiara infatti di non riscontrare difetti di qualità, facilità di usura nei prodotti falsi se paragonati a quelli originali.

Altro elemento di rilievo è da individuare nel rispetto della legalità: **il 72,9% degli intervistati "non si sente in colpa nei confronti del fisco, né nel contribuire ad alimentare gli interessi della criminalità organizzata, né per il danno economico arrecato al Paese"**, badando dunque ad un aspetto puramente di convenienza personale. Sorprendentemente, chi dichiara di aver acquistato merce contraffatta, esprime soddisfazione rispetto ai prodotti ed intende ripetere l'acquisto, proprio ad indicare una sorta di "normalizzazione" del comportamento d'acquisto che deve dunque allertare le istituzioni preposte al monitoraggio, prevenzione e repressione del fenomeno.

Un dato risulta apparentemente discordante: **solo 586 intervistati su 4000 (14,65% del campione) ha dichiarato di acquistare prodotti contraffatti**; tuttavia se consideriamo che il 90% del campione ha ammesso di essere consapevole di commettere un reato nell'acquisto di un falso, ne risulta una evidente reticenza ad affermare la propria parte attiva nel fenomeno Nell'ambito di possibili interventi per arginare il fenomeno, da parte del campione, emerge l'esortazione a ideare e inserire nel mercato linee di prodotti originali/di marca a prezzi più accessibili (91,5%) oppure ad una maggiore accessibilità economica verso i prodotti originali (87,3%), oltre alla comminazione di sanzioni per i venditori di prodotti contraffatti (79,6%), assolvendo tuttavia chi, come i consumatori (solo il 50%), in realtà contribuisce più o meno consapevolmente ad alimentare il fenomeno proprio attraverso l'acquisto.

L'indagine si rivela dunque un primo strumento di misurazione del fenomeno e sul quale le associazioni, in collaborazione con la Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – UIBM, si apprestano a calibrare tutte le imminenti iniziative previste dalla Convenzione.

"Credo che comprendere le dinamiche dei processi di acquisto legati al fenomeno della contraffazione sia un passo importante per depotenziare efficacemente la domanda di prodotti contraffatti – **ha affermato l'avv. Loredana Gulino, Direttore Generale della Direzione per la Lotta alla Contraffazione – UIBM** - e il mio personale plauso va al lavoro delle associazioni, da sempre vicine ai bisogni dei consumatori e capaci dunque di interpretarne al meglio istanze e necessità".

# COSMETICI. BEAUTY REPORT 2011

Il Movimento Difesa del Cittadino ha collaborato al rapporto sull'industria cosmetica in Italia con un'indagine sulla cultura della contraffazione dei consumatori italiani.

di Laura Simionato

Gli italiani non rinunciano ai cosmetici e ai prodotti per igiene e bellezza. Nonostante la crisi nel 2010 hanno speso complessivamente **oltre 9.261 milioni di euro**, con un incremento dell'1% rispetto all'anno precedente. Una spesa a cui contribuiscono anche gli uomini, che sborsano il 30% del totale. E alcuni prodotti conoscono addirittura una crescita particolarmente elevata, come nel caso degli smalti, il cui consumo è aumentato del 16,7%. Sono alcuni dati del **"Beauty Report 2011- Secondo Rapporto sul valore dell'industria cosmetica in Italia"**, presentato il 18 maggio a Roma da **Unipro** (Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche) e realizzato dalla società Ermeneia, che illustra i fenomeni chiave del settore cosmetico che comprende più di 130 mila aziende e 200 mila addetti.

Quest'anno il rapporto contiene anche alcuni dati di **un'indagine realizzata nel 2011 da Unipro e Movimento Difesa del Cittadino sulla cultura della contraffazione dei cittadini italiani**. Il sondaggio **"Il Consumatore e la contraffazione dei cosmetici"** è stato condotto su tutto il territorio nazionale con lo scopo di approfondire il percepito dei consumatori sulla contraffazione nella cosmetica. Partendo dalla definizione di prodotto contraffatto, cioè un prodotto che imita/copia integralmente un prodotto vero, incluso il marchio, senza avere però la qualità e il rispetto delle norme di sicurezza nella fase di produzione che hanno i prodotti originali, sono stati sviluppati alcuni approfondimenti riguardo ad alcune domande: perché si compra un prodotto contraffatto; quali i settori con maggior vendita di prodotti contraffatti; quali prodotti cosmetici sono maggiormente contraffatti; ammesso che i prodotti cosmetici possono essere dannosi per la salute, ci possono essere altri danni, a livello sociale o economico, derivanti dalla loro vendita?

Dall'indagine emerge come **i consumatori sono innanzitutto preoccupati del pericolo per la salute che può derivare dalla circolazione di prodotti contraffatti (94,1% di consensi)**, riconoscendo anche che altri rischi aggiuntivi possono esistere come il fatto che i prodotti non possano svolgere la funzione attesa (21,3%), il rischio di essere puniti con sanzioni amministrative e penali (5,2% di consensi); oppure il fatto di buttare le proprie risorse in prodotti inutili o ancora di più pericolosi (4,7% dei consensi). Peraltro, i consumatori sono anche consapevoli che a livello economico e sociale la vendita di prodotti contraffatti causa a un tempo perdite per le imprese (77,2% di consensi), seguite dalle implicazioni negative sul fronte dell'occupa-

zione (17% di consensi) e quindi dall'aumento della criminalità che può risultare alimentata se non c'è abbastanza attività di contrasto e di punizione (16,7% di consensi).

"Il settore della cosmetica non è il settore più investito dal fenomeno della contraffazione – ha detto **Antonio Longo, presidente del Movimento Difesa del Cittadino**, nel suo intervento in occasione della presentazione del rapporto alla Camera dei Deputati - ma preoccupa la crescita della sua incidenza non solo per gli effetti negativi che provoca nel settore economico, ma anche perché può provocare gravi danni alla salute del consumatore". Per contrastare il fenomeno, Longo ha ribadito la necessità di un'alleanza competitiva tra produttori e associazioni dei consumatori nell'opera di sensibilizzazione e formazione dei cittadini, per la quale un ruolo fondamentale devono rivestirlo anche istituzioni e media.

Il dibattito, aperto da **Fabio Rossello, Vicepresidente Unipro**, e coordinato da Nicoletta Picchio, giornalista del Sole 24 ore, ha visto la partecipazione di **Francesca Marini, sottosegretario del Ministero della Salute**, che ha annunciato un nuovo servizio per la cosmetico-vigilanza da realizzarsi fra una anno, con un anticipo di almeno 12 mesi rispetto alla scadenza del 2013 dettata dall'Unione Europea: così come accade per i farmaci, dovranno essere segnalati tutti gli effetti indesiderati di un prodotto di bellezza. "L'obiettivo – ha spiegato la Marini - è quello di raccogliere tutte le segnalazioni sugli effetti di qualsiasi tipo di prodotto di bellezza che in alcune situazioni possono creare problemi come durante l'esposizione al sole o durante l'assunzione di alcuni farmaci: arrossamenti, irritazioni o altri disturbi dopo aver utilizzato una crema, uno shampoo, un rossetto, potranno essere segnalati on line non solo dagli addetti ai lavori, ma anche dai cittadini. Uno strumento che, successivamente, si collegherà in rete a un più vasto osservatorio europeo di cosmetico-vigilanza". Martini ha ricordato la questione dei cosmetici falsi che arrivano sul mercato nonostante i severi controlli alle dogane e contro i quali i carabinieri della Salute hanno già realizzato diversi sequestri.

**Rossana Boldi, Presidente della Commissione Politiche dell'UE del Senato**, ha spiegato come la legislazione italiana è per più del 70% derivazione di quella europea: fortunatamente da quando è entrato in vigore il trattato di Lisbona, anche le assemblee legislative e non solo i governi possono seguire rapidamente il percorso legislativo dell'Unione Europea, rendendo più semplice il recepimento delle norme.

"Molto spesso - ha dichiarato Boldi - tra gli imprenditori in Italia ci si lamenta perché oltre al carico burocratico delle leggi italiane, bisogna sobbarcarsi anche di quello europeo, senza però considerarne il pregio: avere regole certe a livello europeo significa avere una sicurezza in più e maggiori tutele non solo per i produttori e per la difesa del Made in Italy, ma anche per i consumatori".

## Cosmetici e contraffazione

→ Negli ultimi anni il fenomeno della contraffazione dei cosmetici sta aumentando notevolmente procurando gravi danni alle imprese e soprattutto alla salute dei cittadini. Tale fenomeno dannoso è sempre più ampio ed esteso e in Italia è punito come reato.

→ I prodotti maggiormente contraffatti sono: rossetti, fondotinta, smalti, matite per occhi, ciprie, i quali possono provocare dermatiti e forti reazioni allergiche dovute alla presenza di metalli pesanti e soprattutto del cromo.

→ Tali prodotti violano i diritti di proprietà industriale tramite l'utilizzo di formule brevettate non autorizzate e contengono sostanze di scarsa qualità o addirittura improprie, tali da creare disturbi o importanti reazioni cutanee.

→ Oltre a creare un mancato guadagno per le imprese titolari dei marchi contraffatti e quindi minori investimenti, l'effetto potrebbe causare la perdita di effettivi posti di lavoro, incentivare il lavoro nero, aumentare l'inquinamento incontrollato e creare danni alla salute.

→ L'assenza di una normativa chiara a livello comunitario che dovrebbe classificare i cosmetici peggiora lo stato di tutela dei consumatori i quali non riescono a classificare il prodotto utilizzato. Il cosmetico oggi non viene riconosciuto né come farmaco, né come parafarmaco.
Dal 2013, per disposizione della UE, ogni produttore di cosmetici sarà obbligato a citare chiaramente la composizione del preparato qualora lo voglia mettere sul mercato.

# IL FENOMENO DELLA CONTRAFFAZIONE: SAPERNE DI PIÙ PER DIFENDERSI MEGLIO

DI CINZIA DONADIO

## LA CONTRAFFAZIONE

→ La contraffazione si verifica quando segni distintivi o marchi già registrati e attribuiti a determinati prodotti vengono apposti da soggetti terzi e non autorizzati su prodotti nuovi o soltanto similari, o anche diversi da quelli legittimamente commercializzati dal titolare del marchio in questione.

→ La contraffazione si verifica anche quando il consumatore viene tratto in inganno sulla reale provenienza dei prodotti.

→ Fenomeno antichissimo e diffuso, la contraffazione si va oggi sempre più configurando come una vera e propria industria criminale, con gravi ripercussioni sia in ambito economico che sociale, che ha rilevante capacità di incidenza sul corretto funzionamento del mercato interno e sulla sicurezza dei consumatori.

## IL MERCATO DELLA CONTRAFFAZIONE

→ Il mercato delle merci contraffatte va diviso tra mercato primario, in cui rientrano i consumatori che acquistano merci contraffatte pensando di comprare prodotti originali e mercato secondario, fatto di consumatori che comprano consapevolmente merci contraffatte attratti dalla loro convenienza.

→ Anche i consumatori possono essere inquadrati in tre categorie:

a) quelli interessati soltanto all'acquisto di merci originali;
b) quelli che, a certe condizioni, sono disposti ad acquistare merci contraffatte;
c) quelli che non sono affatto interessati alle caratteristiche del prodotto, per i quali cioè non è rilevante se una merce è contraffatta o originale.

→ E' molto importante considerare il potere di richiamo esercitato da alcuni brand sui consumatori: più forte è la popolarità del brand, infatti, maggiori sono le possibilità che i prodotti vengano contraffatti.

→ Negli ultimi anni la tipologia di merci contraffatte si sta allargando: si va dai prodotti di lusso, come vestiti e gioielli, a prodotti che possono avere un impatto sulla salute, come i prodotti farmaceutici, gli alimenti, i giocattoli, le sigarette e le parti di automobili.

→ Un'analisi della Commissione europea ha stimato che all'interno dell'Unione Europea le merci contraffatte rappresentano:

→ dal 5% al 10% delle vendite di pezzi di ricambio di autoveicoli

→ il 10% delle vendite dei CD e di audiocassette

→ il 16% delle vendite di calzature e articoli d'abbigliamento

→ il 35% delle vendite di software.

## PAESI D'ORIGINE DELLE MERCI CONTRAFFATTE

→ L'ultimo rapporto elaborato dall'Ocse mostra che sono stati identificati 149 paesi come origine di prodotti contraffatti, 27 dei quali sono paesi OCSE (solo Islanda, Irlanda e Svezia sono esclusi dalla lista dei paesi origine delle merci).

→ Si stima che circa il 70% della produzione mondiale di contraffazioni proviene dal Sud-Est asiatico: la Cina è di gran lunga al primo posto, seguita da Corea, Taiwan, Thailandia, Pakistan, Malesia.

→ Il restante 30% della produzione mondiale di contraffazioni proviene dal bacino del Mediterraneo.

→ La destinazione è per il 60% l'Unione Europea, per il 40% il resto del mondo

→ Esiste una sorta di "specializzazione" per paese in base al tipo di prodotto: nel caso delle parti di autoveicoli molti prodotti vengono esportati dalla Cina al Medio Oriente, nel caso di sigari e sigarette i prodotti falsi dai Caraibi sono esportati negli USA dove vengono confezionati ed etichettati con etichette false e rivenduti come prodotti autentici.

## I CANALI DI VENDITA DELLE MERCI CONTRAFFATTE

→ Esistono almeno tre canali attraverso i quali avviene la commercializzazione di prodotti contraffatti:

- il primo, è costituito dai negozi, dove il prodotto contraffatto viene venduto assieme agli articoli originali.
- il secondo è quello dei più diversi canali ambulanti, spesso controllati da vere e proprie organizzazioni criminali che sfruttano cittadini extra comunitari
- il terzo è quello del commercio elettronico che garantisce anonimato ed elevata capacità di transazione. Internet sta diventando uno dei canali principali sia per acquirenti inconsapevoli di prodotti contraffatti sia per coloro che li acquistano consapevolmente, anche attraverso siti di e-com merce conosciuti, come Ebay. Notevole è stato l'incremento del commercio elettronico di farmaci contraffatti.

## Gli effetti del fenomeno

→ Gli effetti negativi del fenomeno sono molteplici e interessano la sfera economica e sociale.

→ La contraffazione provoca un danno economico per l'impresa legale che può essere misurato dalle mancate vendite, perdita di immagine e di credibilità del marchio, spese legali per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale, riduzione della redditività degli investimenti in ricerca, innovazione e marketing.

→ I prodotti contraffatti e pirata sono fabbricati solitamente nel più completo disprezzo delle norme a tutela della salute e sicurezza, mettendo in questo modo in pericolo il consumatore. La contraffazione determina inoltre un inganno ai danni dei consumatori in quanto viene svilita la funzione tipica del marchio che è quella di garantire un segno di riconoscibilità attraverso il quale l'acquirente misura caratteristiche e qualità del prodotto.

→ La contraffazione danneggia il lavoratore che spesso, quando inserito nelle imprese del falso, subisce una condizione lavorativa priva di quei diritti e tutele previsti dalle leggi e contratti. La contraffazione può essere anche causa della perdita del posto di lavoro: secondo INDICAM negli ultimi 10 anni sono 270 mila i posti di lavoro persi nel mondo, di cui 125 mila nell'Unione europea e 40 mila solo in Italia.

→ La contraffazione sottrae risorse all'Erario pubblico attraverso l'evasione delle imposte dirette e indirette. In Italia il falso ha determinato un mancato introito fiscale, pari all'8% del gettito IRPEF e al 21% del gettito IVA.

## ITALIAN SOUNDING

Uno dei maggiori problemi che l'Italia è chiamata ad affrontare in tema di contraffazione è rappresentato dal cd *Italian Sounding*, ossia la diffusione all'estero di prodotti che presentano nomi, loghi, colori o slogan riconducibili all'Italia ma che di fatto non hanno nulla a che vedere con l'autenticità dei prodotti "made in Italy". Si tratta di un fenomeno che interessa tutti i settori della produzione e del consumo, dalla moda ai prodotti alimentari, dai mobili ai giocattoli, dagli audiovisivi all'elettronica. L'obiettivo dei prodotti Italian sounding è quello di richiamare l'attenzione del consumatore su un prodotto che evochi la qualità e l'appeal del prodotto italiano attraverso l'utilizzo di parole italiane o altri richiami più espliciti al nostro paese. Le imprese italiane sono particolarmente colpite: si stima che all'estero 1 prodotto alimentare italiano su 4 sia contraffatto con un forte danno per le nostre imprese e per il valore stesso del concetto di made in Italy. Il fenomeno dell'Italian sounding riguarda soprattutto i mercati occidentali, tra cui in particolare Stati Uniti, Canada e Messico. Per i prodotti alimentari gli ultimi dati, aggiornati al marzo 2010 (Federalimentare) descrivono un fenomeno che vale circa 60 miliardi di euro in termini di export, di cui 24 miliardi diretti al solo mercato nordamericano, 26 a quello europeo e oltre 10 agli altri mercati.

Un recente studio realizzato dal Management Resources of America per l'Istituto del Commercio Estero (ICE) presso le principali catene di supermercati di 11 città negli Stati Uniti, in Canada e in Messico fornisce dati preoccupanti sul fenomeno dell'imitazione dei prodotti italiani: si va dai biscotti, per i quali il processo di imitazione riguarda il 50% dei prodotti venduti, alle paste fresche per le quali si arriva al 100%. L'ICE stima che se l'Italia riuscisse a recuperare una quota del 25% sul mercato nordamericano degli Italian sounding il fatturato delle nostre imprese potrebbe aumentare di oltre 4 miliardi di dollari.

## L'impatto della contraffazione sul Made in Italy

→ Gli ultimi dati diffusi nel 2009 stimano che la contraffazione in Italia alimenti un giro d'affari di 7,8 miliardi di euro l'anno e che il mercato del falso si sia rafforzato in seguito alla crisi globale, raggiungendo la cifra di 18 miliardi di euro.

→ L'Italia è stata a lungo indicata come il paese leader nel campo della contraffazione; con l'avanzare delle merci contraffatte provenienti dalla Cina e più in generale da tutto l'Estremo Oriente, questa situazione è in parte cambiata.

→ La Regione Campania, con quasi la metà dei prodotti sequestrati su tutto il territorio nazionale, guida con largo margine la classifica delle Regioni in termini di contraffazione. Seguono la Lombardia e la provincia di Prato (dove è preponderante la presenza di cinesi). Il canale di distribuzione principale rimane quello che vede coinvolti i cittadini extracomunitari (senegalesi e nordafricani in particolare), ma la diffusione di Internet ha creato nuovi canali di distribuzione per i prodotti contraffatti, specie per quei beni facilmente veicolabili sulla rete.

→ I principali fattori che hanno contribuito alla nascita della cd "industria del falso" nel nostro paese, a partire dagli anni '80, sono stati: la condizione di difficoltà di molte piccole imprese; la crescita di manodopera disponibile a fornire prestazioni lavorative in modo clandestino, occasionale e a basso prezzo; le semplificazioni di molti processi produttivi al fine di ridurre costi, personale e tempi di produzione; la delocalizzazione di alcune fasi intermedie di produzione; la crescente disponibilità sul mercato di strumenti e di attrezzature tecniche capaci di rendere agevole la duplicazione di prodotti già esistenti ed affermati.

## Come difendersi?

Prima di tutto bisogna tenere sempre presente che esistono sanzioni anche per chi acquista prodotti contraffatti: il decreto sulla competitività Decreto legge n. 35/2005, convertito nella Legge n. 80/2005 e successive modificazioni, oltre a inasprire le misure repressive contro chi pone invendita prodotti contraffatti, prevede sanzioni pecuniarie molto pesanti (dai 500 ai 10.000 euro) anche per chi li acquista. Inoltre, l'acquisto non consapevole di un prodotto contraffatto equivale ad acquistare, comunque, un prodotto non conforme. In tal caso il risarcimento non può essere né la riparazione, né la riduzione del prezzo, bensì l'annullamento del contratto con la restituzione delle somme pagate.

Inoltre è sempre bene:

- Rivolgersi a distributori autorizzati, che offrono evidenti garanzie sull'origine dei prodotti;
- Porre particolare attenzione agli acquisti di prodotti proposti su internet o da programmi televisivi, soprattutto nei casi in cui non è data la possibilità di visionare e constatare direttamente la consistenza del bene;
- Prestare cautela per le vendite effettuate "porta a porta";
- Valutare attentamente il rapporto esistente tra il prezzo di mercato del bene e quello attuato dal venditore, molto spesso infatti l'eccessivo divario rappresenta un elemento essenziale della contraffazione;
- Avvalersi, prima di eseguire acquisti di rilevante valore, della consulenza di persone che abbiano maggiore conoscenza del prodotto;
- Controllare sempre le etichette dei prodotti acquistati e diffidare di quelli privi delle indicazioni d'origine e del "marchio CE".

movimento difesa del cittadino

Movimento Difesa del Cittadino
Via Quintino Sella 41 00187 Roma
Tel. 06/4881891 – Fax 06/42013163
*info@mdc.it – www.mdc.it*

*È un'associazione di promozione sociale nata a Roma nel 1987, con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini consumatori, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.*

*Come Associazione nazionale di consumatori, fa parte del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) presso il Ministero dello Sviluppo Economico e di Consumers' Forum.*

*È presente in 18 regioni con oltre 100 sedi e sportelli che offrono ai soci servizi di consulenza e assistenza per contratti, bollette, condominio, rapporti con la Pubblica Amministrazione, sicurezza alimentare, banche e assicurazioni.*