

Orologi in lotta contro i falsi

«Abbiamo dei dati davvero clamorosi riguardanti la penetrazione dei fake in rete e sui social», ha raccontato Mario Peserico, presidente di Assorologi Impegnata in prima linea per combattere un business che in Italia vale un totale di oltre 400 milioni di EURO. Pagine a cura di Paco Guarnaccia

S secondo il rapporto del Censis rilasciato lo scorso 12 giugno per il MiSe-Ministero dello sviluppo economico, il mercato del falso in Italia vale circa 6,9 miliardi di euro (+4,4% rispetto al 2012). La ricerca segnala tra i prodotti contraffatti anche la crescita di orologi e gioielli, che valgono il 5,8% del totale ovvero oltre 400 milioni di euro. Fin dalla sua fondazione per Assorologi, l'associazione italiana di produttori e distributori di orologeria aderente a Confcommercio, la lotta a questo fenomeno è da sempre una delle tematiche principali, tanto da avere una finestra dedicata direttamente nell'homepage del proprio sito e avendo realizzato negli anni diverse iniziative a riguardo. Mario Peserico, presidente di Assorologi e di Indicam-Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione e dg di Eberhard Italia, ha infatti spiegato a MFF che: «La contraffazione è più forte dove c'è maggior acquisto di beni. Infatti in Europa vale ben il 5% del pil, mentre nel resto del mondo è al 2,5%. Chi li compra lo fa per emulazione dell'originale e l'appeal della marca (a qualunque livello di prezzo, ndr), ma anche per una miope e deteriore ricerca di un risparmio, seppur la qualità sia ben diversa». Oggi, la rivoluzione digitale in atto sta portando a nuovi scenari. «Il veicolo principale è diventato il web», ha raccontato ancora Peserico. «Abbiamo dei dati clamorosi riguardanti la penetrazione dei falsi in rete e sui social in particolare. Mi sfugge la logica secondo cui uno vada sui social per condividere idee e opinioni e poi si metta ad acquistare un prodotto contraffatto. Ma è quello che succede. Una delle evidenze negli ultimi tre anni è che i sequestri di prodotti falsi sono aumentati tantissimo in termini di numeri, ma a una quantità di pezzi inferiore: non si parla più di container come in passato, ma di singoli pacchetti. Qui sta la difficoltà di intercettarli». Ma qualcosa,

secondo Peserico, sta cambiando. «Oggi la sensibilità rispetto a certe derive generali negative del web è un po' diversa e potrebbe aiutarci a capire che anche certe piattaforme debbano avere responsabilità e doveri di dirigenza, perché se online si trovano merci contraffatte è perché sono ospitate senza nessun controllo. Certe merci false possono far male alla salute. Inoltre, la nostra è una lotta a tutela della proprietà intellettuale, perché permettere di vendere questi prodotti è un danno al sistema Paese. In Italia in particolare, visto che viviamo di idee, creatività e accrescimento del valore delle nostre produzioni. Un negozio fisico ha dei doveri e degli obblighi e, se sbaglia, può essere multato. Mi chiedo perché lo stesso discorso non valga per i negozi online». Con i falsi, i danni per le aziende, secondo Peserico sono di due tipi: «Il primo è d'immagine, perché la percezione del prodotto diventa sbagliata. Se online trovo un modello che non conosco a un prezzo decisamente inferiore rispetto al suo vero valore, non posso poi comprendere il reale posizionamento dell'originale. Il secondo è il danno diretto, che però è difficile da quantificare. Se si compra un prodotto falso a 200 euro, quando il vero ne vale 2000, il danno economico non ricade solo su chi è stato copiato, ma anche su chi produce oggetti da 200 euro». Visto questo nuovo scenario è stato recentemente introdotto un protocollo. «Si chiama Carta Italia. Lo abbiamo firmato come Assorologi e Indicam insieme a Netcom, che si occupa dei provider, visto che anche loro condividono le nostre preoccupazioni. Questo protocollo prevede che la piattaforma che lo voglia, debba rispondere a una novantina di requisiti che poi certifichino che venda prodotti originali. Alcuni hanno aderito e altri no: questo non significa che chi non ha aderito venda prodotti falsi. I metodi e i controlli ci sono. Basta investire in questo senso». (riproduzione riservata)





Qui sopra, un ritratto di Mario Peserico