

I canali illegali. Aumenta il business sulle piccole consegne

E-commerce e aste online la nuova frontiera della copia

PROGETTO NELLE SCUOLE

Protocollo di intesa
tra Passera e Profumo
per la tutela
del concetto
di proprietà intellettuale

ROMA

■ Non più solo bancarelle, venditori ambulanti e negozi caduti in una truffa: anche internet sta diventando un canale di forte contagio. Il rapporto Censis-ministero dello Sviluppo economico mette in evidenza la diversificazione di fonti di vendita di merce contraffatta, con un occhio particolare ai siti di commercio elettronico e alle aste online che rappresentano un mezzo poco regolamentato e difficilmente controllabile. «A chi intende commercializzare prodotti falsi - osserva Loredana Gulino della direzione Lotta alla contraffazione dello Sviluppo economico - il web offre tre vantaggi: maggiore anonimato, vasta platea di utenti-clienti raggiungibili, possibilità di avere sede in qualsiasi Paese».

Secondo un'analisi proposta recentemente da Indicam, l'istituto di **Centromarca** per la lotta alla contraffazione, la crescita considerevole dei falsi diffusi attraverso "piccole consegne" (+55% è l'aumento di sequestri effettuati in uffici di smistamento postale) è di per sé un segnale che il canale web si sta pericolosamente affermando e sta favorendo il cambiamento del modello di business dei contraffattori. Sono destinati ad aumentare, in altre parole, acquisti non più mediati e di piccoli importi/quantità, ancora più difficili da intercettare.

Numeri a parte, resta eviden-

te la difficoltà di affermare comportamenti consapevoli contro la contraffazione. Il mercato del resto è alimentato dalla presenza di una domanda consistente da parte dei consumatori, in alcuni casi indifferenti al fatto di compiere un atto illecito e incentivati dalla convinzione di portare a casa un "affare". I focus group descritti nel rapporto evidenziano che in alcune situazioni prevale tra i consumatori il «bisogno di status che spinge all'acquisto di un oggetto falso pressoché indistinguibile da un costosissimo originale», per altri, che acquistano falsi di qualità inferiore, sembra emergere invece soprattutto l'intenzione di risparmiare.

In ogni caso, sottolinea Loredana Gulino, «c'è bisogno di potenziare l'attività di comunicazione e questa sarà una delle priorità della nostra direzione». I ministri Corrado Passera (Sviluppo economico) e Francesco Profumo (Miur) hanno appena firmato un protocollo di intesa per un progetto biennale da implementare nelle scuole, dalle elementari alle superiori. L'obiettivo è sensibilizzare i giovani, principali clienti e utenti dei siti internet, alla tutela della proprietà intellettuale.

Ma, ovviamente, non può bastare. La presentazione del rapporto Censis è stata ieri anche l'occasione per avanzare proposte per perfezionare quanto finora non ha funzionato al meglio o per sperimentare nuove forme di contrasto. Per il presidente del Consiglio nazionale anticontraffazione, Daniela Mainini, «l'aggravamento delle pene per la contraffazione, ad oggi, non ha risolto il problema. Un ulteriore inasprimento

dunque non serve, occorre piuttosto applicare con maggior rigore le norme già esistenti». Il direttore dell'Agenzia delle dogane, Giuseppe Peleggi, ribadisce che sulla contraffazione l'Italia ha ormai «una rete normativa fortissima», ma dei correttivi possono risultare utili: «La mia proposta è stata di depenalizzare i piccoli pacchi postali, comminando solo una multa molto salata. Ad esempio, una sanzione elevata per l'acquisto di un paio di scarpe della Nike contraffatte e acquistate online scoraggerebbe immediatamente e in maniera consistente chi intende comprare prodotti contraffatti, dei quali il più delle volte conosce il prezzo ma non il valore».

C.Fo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Contraffazione

- La contraffazione è punita con la reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da 2.500 a 25mila euro. Se la merce falsa proviene dall'estero, le pene sono più pesanti: reclusione da uno a quattro anni e multa da 3.500 a 35mila euro.

