

IP HERO, un supereroe per la tutela della proprietà intellettuale

di Sara Zannelli

IP HERO, per dirlo con parole sue, nasce da **un'idea; un'idea** che circa 1 anno e mezzo fa ha iniziato a farsi strada per gli uffici di INDICAM in risposta ad una sfida che ci veniva presentata da diversi player, nazionali e internazionali: creare un progetto di influencer marketing che avesse come focus la sensibilizzazione dei giovani consumatori.

I millennials, la generazione Z o quella Y, insomma i giovani europei dai 15 ai 25 anni, non sono solo un target di "consumatori tipo" dei prodotti del mercato del falso, ma saranno anche i futuri consumatori di domani. Ne risulta che siano certamente un target importantissimo per indirizzare progetti che mirino a creare una **cultura dell'originale**.

Cercando, quindi, di fare un assessment fra gli influencer da poter coinvolgere, ci siamo imbattuti in diverse problematicità e non abbiamo mai trovato fra di loro qualcuno che potesse trasmettere i nostri messaggi al target. Come abbattere questa barriera? Abbiamo trovato alcune best practices che facevano al caso nostro. Diversi brand che avevano il **"nostro stesso problema"**, ovvero non riuscivano a vedere rappresentato **"l'immagine e la voce del brand"** in un influencer, mettevano in atto una strategia molto interessante: creavano degli influencer virtuali che interagissero con talent e consumatori reali. E così, noi di INDICAM, abbiamo creato IP HERO!

IP HERO è il primo supereroe per la lotta alla contraffazione. Un cartone animato **dall'appeal moderno, che attraverso una web serie** destinata ai social network, riesce a soddisfare due obiettivi:

- ✓ Informare sulle dinamiche della contraffazione e della pirateria e sensibilizzare alla lotta degli IPR infringements
- ✓ Creare engagement attraverso il coinvolgimento di personaggi celebri in un modo diverso ed innovativo

IP HERO è un supereroe dei giorni moderni: crede nel potere della creatività e nelle armi dei social media per difendere la proprietà intellettuale. Si vuole sviluppare, attraverso un **linguaggio come quello del "cartoon"** che rimanda ad una sfera educativa, e divertente, un legame chiaro fra la tutela - il bene - che **l'eroe difende e l'IPR infringements** - il male - che è chiamato a combattere, auspicando un mondo dove, seguendo la stessa metafora, il bene vince sempre sul male.

Le storie di IP Hero, che raccontano un mondo **dove la creatività e l'innovazione sono asset** da proteggere dalle minacce quotidiane di chi **vuole creare un profitto illecito dall'ingegno** altrui, portano gli utenti a riflettere sul valore dei prodotti originali, siano essi dei beni fisici o digitali. Parliamo infatti di proprietà intellettuale come asset determinante per consentire sviluppo e competitività; infatti nel contesto in evoluzione in cui si trovano ad operare oggi le aziende devono dare sempre maggiore rilevanza alla protezione delle idee, dei segreti industriali, dei vantaggi che, **attraverso la ricerca e l'innovazione, vanno a creare** valore distintivo per il brand e per il consumatore.

Non solo: si vuole creare un personaggio che parli ai giovani, attraverso il proprio linguaggio, i propri canali e il supporto di alcuni amici (influencer e artisti), dei rischi legati ai mercati illeciti, facendo riferimento **all'impoverimento creato dal mercato del falso** colpendo tre diversi piani:

- ✓ **il disvalore per l'industria stessa: tutto** ciò che concerne non solo i titoli, ma le **perdite causate dall'appropriazione di** idee, valori di brand e prodotto, know how e competenze in toto, che sono il **fattore distintivo di un'azienda;**
- ✓ il disvalore per il cittadino: come dimostrano svariate ricerche condotte dalla nostra associazione o per conto di INDICAM, il tema dei rischi legati alla sicurezza di quei prodotti acquistati e che non hanno passato i controlli di qualità, non sono in regola con le normative vigenti risulta ancora un fattore molto importante nella sensibilizzazione del cittadino. Si pensi alla componentistica nei trasporti o al mercato della cosmesi o, ancora, in quelli dei farmaci.
- ✓ **il disvalore legato all'illecito:** la mancanza di percezione sociale in termini di reato per **l'acquisto di** prodotti contraffatti (abbiamo visto come i consumatori siano consapevoli che si tratti di un reato ma non lo vivono come tale nelle conseguenze); a questo si collega una scarsa consapevolezza circa le implicazioni della contraffazione e le ricadute.

Un altro dei punti di forza di questo progetto è poter far lavorare insieme il mondo dei marchi e quello del copyright. Partners del progetto sono infatti: FIMI and FPM in Italia per il mondo del copyright e ANDEMA e PROMUSICAE in Spagna. Partners del progetto sono infatti: FIMI

e FPM in Italia per il mondo del copyright e ANDEMA e PROMUSICAE in Spagna. La scelta di proporre il progetto in queste due aree è basata sul fatto che in entrambi questi contesti è presente una sinergia nel lavoro di protezione dei diritti e un network efficace nel contrasto ai traffici illeciti.

I consumatori hanno ancora bisogno di essere informati e sensibilizzati circa le implicazioni complesse e criminali legate al commercio – e **all'acquisto** - di prodotti contraffatti. Il cittadino-consumatore non coglie il suo ruolo nel processo, non si raffigura e percepisce come attore di questo sistema. E in questo IP HERO si farà interlocutore privilegiato.

Non ci rimane altro che darvi l'appuntamento sui canali Instagram e Facebook di IP HERO per seguirne le avventure!