

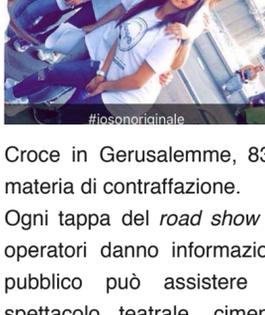
IO SONO Originale

Newsletter n°5 - Giugno 2016

DALLA PARTE DEL CONSUMATORE
CONTRO LA CONTRAFFAZIONE

IO SONO ORIGINALE

ROAD SHOW E FLASH MOB PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE



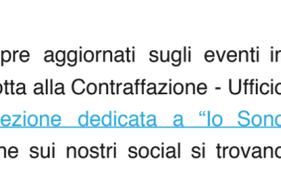
Grandi eventi in programma per **Io Sono Originale**. La nuova campagna di comunicazione in due anni farà il giro dell'Italia: il *road show* e i *flash mob* sono già partiti con numerose tappe per animare piazze e luoghi di grande aggregazione sul territorio nazionale. Verranno inoltre realizzate due app con gioco a premi e indagini sul fenomeno. A queste attività si affianca l'apertura a Roma di uno sportello dedicato in via di Santa

Croce in Gerusalemme, 83 che offre assistenza e informazione specifica in materia di contraffazione.

Ogni tappa del *road show* prevede l'allestimento di spazi espositivi in cui gli operatori danno informazioni e materiali sulla lotta alla contraffazione e il pubblico può assistere ad un divertente spettacolo teatrale, cimentarsi in un gioco memory e ricevere in omaggio gadget "Io Sono Originale".

I *flash mob* vedono l'alternarsi di musicisti, compositori, autori di testo e musica e coreografi che coordinano ballerini e cantanti che si esibiscono, attirando l'attenzione dei passanti e distribuendo materiale informativo sulla lotta alla contraffazione.

Per ulteriori informazioni e per rimanere sempre aggiornati sugli eventi in programma, sul sito della Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi è presente una [sezione dedicata a "Io Sono Originale"](#). [Facebook](#), [Twitter](#) e [Instagram](#): anche sui nostri social si trovano tutte le info sulla campagna per dire no al falso!



FOCUS

E ORA IL FALSO VIAGGIA ANCHE SU INSTAGRAM



Ebbene sì. Il mercato del falso, soprattutto quello dei beni di lusso, viaggia ormai sui social media, in primis Instagram. Non bastavano i capi venduti in spiaggia oppure online, **ora il falso viene venduto anche così**.

Da uno studio indipendente "Social media and luxury goods counterfiet" è emerso che **un quinto**

delle foto di beni di lusso pubblicati sui social network ritraggono prodotti contraffatti. Nessun settore della moda e nessun marchio risulta escluso: da Chanel a Prada, da Louis Vuitton e Fendi, Céline, Hermes, Dior, Burberry, Michael Kors, Ferragamo, Tod's, Bvlgari, Armani, Tiffany, Luxottica, Rolex, Cartier, Hublot, Omega, Audemars Piguet.

Spesso la pubblicazione delle foto avviene in maniera automatica. Bloccarla diventa quindi alquanto difficile e la chiusura di un account considerato sospetto viene subito seguita dall'apertura di un nuovo account. La conclusione della vendita /acquisto prosegue attraverso altre transazioni.

Nel frattempo le grandi griffe corrono ai ripari e si attrezzano. Ed ecco quindi comparire **sistemi anticontraffazione** come chip inseriti all'interno delle calzature e ai prodotti di pelle, valigie e borse, etichette digitali che possono essere lette da apposite app, fino all'inchiostro termocromico che si può applicare sia ai tessuti e alla pelle che alla plastica.

Le tracce dei contraffattori portano in Cina, Russia, Ucraina, Indonesia e Malesia. Secondo il Rapporto 2016 dell'OECD, l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo, il mercato della contraffazione vale nel mondo 461 miliardi di dollari e 116 miliardi di dollari in Europa.

La contraffazione è un danno per ogni Paese, ecco perché va combattuto e respinto NON acquistando merce contraffatta.

DALL'EUROPA

RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO UE: PIU' TUTELE GRAZIE AD ETICHETTATURA



Il Parlamento Europeo ha, nelle scorse settimane, emanato una risoluzione con cui chiede alla Commissione di assicurare un **sistema di tutela, basato sull' etichettatura di origine per i prodotti agro-alimentari e anche per quelli non agricoli**. La risoluzione è stata elaborata in risposta alla

comunicazione della Commissione Europea sulla strategia del mercato interno di beni e servizi. La battaglia sul "Made in" in seno alle istituzioni europee è soprattutto italiana: è l'Italia, infatti, a vantare moltissimi prodotti d'eccellenza nel campo agro-alimentare e in quello dell' artigianato. I paesi del Nord Europa, invece, non ritengono opportuno introdurre normative e vincoli che impongano l'indicazione dell'origine dei prodotti. E' per questo che la questione del "Made in" resta non risolta e non si è riusciti, finora, ad emanare regole europee stringenti anche su questo argomento.

Il problema, tuttavia, è tornato alla ribalta in queste ultime settimane e si auspica che possa essere risolto assicurando ai prodotti d' eccellenza la protezione che meritano, soprattutto nei confronti di contraffazioni ed imitazioni di scarsa qualità. Non, solo, ma l'etichettatura di origine verrà anche incontro alle esigenze di tutela, sicurezza e trasparenza dei consumatori.

EVENTI

AL VIA IL NUOVO ROADSHOW!



Il 14 giugno Piazza della Repubblica a Roma è diventata palcoscenico della prima tappa ufficiale del tour che coinvolgerà tutto il territorio nazionale. L'evento si è svolto in concomitanza con il

Convegno **"Contro la contraffazione: la risposta nazionale e locale"** tenutosi presso il Ministero dello sviluppo economico nell'ambito

della Settimana anticontraffazione.

Gli operatori di Cittadinanzattiva hanno distribuito il materiale informativo, i gadget "Io sono Originale" e dato utili informazioni ai cittadini interessati coinvolgendo anche i più piccoli con il gioco memory alla ricerca del prodotto contraffatto.

La nuove *pièce* teatrale nel teatro in scatola ha riscosso molto successo rivelandosi un catalizzatore di attenzione e riuscendo in chiave ironica a sensibilizzare gli spettatori sui rischi di scelte di acquisto poco consapevoli. Il flash mob organizzato da Utenti Radio Televisivi ha concluso la giornata dedicata alla lotta alla contraffazione tra musica e danza.

GUIDE

VUOI SAPERNE DI PIU' SUI PRODOTTI CONTRAFFATTI? CI SONO I VADEMECUM!

Scaricali subito, gratuiti e di facile consultazione sono un valido strumento per riconoscere i prodotti "taroccati". Dalle apparecchiature informatiche agli occhiali, dall'abbigliamento ai cosmetici, informarsi è in un clic!

A VOLTE SUCCUDE

REGGIO CALABRIA: OPERAZIONE EASY BRAND



16 ordinanze di custodia cautelare, di cui 6 in carcere e 10 agli arresti domiciliari, 40 perquisizioni locali, 3 immobili, 7 autovetture, 18 macchinari industriali e 15.000 capi d'abbigliamento e accessori contraffatti sequestrati, oltre un milione di euro il valore complessivo: questi i numeri registrati

all'interno dell'operazione **"Easy brand"** ad opera della Guardia di Finanza di Reggio Calabria.

L'organizzazione, capeggiata da Giuseppe Spatari e "Giulio" Lo Macouna, è accusata di produzione e commercializzazione di capi ed accessori di abbigliamento riportanti marchi contraffatti.

L'operazione, avvenuta il 16 giugno 2016, è la "risposta" a quanto emerso dalle indagini coordinate dalla locale Procura della Repubblica: l'esistenza di un vero e proprio cartello criminale in grado di condizionare il regolare svolgimento delle attività economiche.



Twitter



Facebook



Instagram



Website

Non vuoi più ricevere la newsletter?
Cancella Iscrizione

E-mail inviata con MailChimp