



ASSOCALZATURIFICI E ANFAO CON IL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO PER LA PRESENTAZIONE DELLO STUDIO SULLA CONTRAFFAZIONE ONLINE NEI SETTORI CALZATURE E OCCHIALI

SONO LE PIATTAFORME DI COMMERCIO ELETTRONICO DEL FAR EAST LE PIU' PERICOLOSE (CONTRAFFAZIONE AL 73% NELLE CALZATURE E 54% NEGLI OCCHIALI NEL B2C). DALLO STUDIO EMERGE CHE ANCHE IL CONTRASTO DEVE ESSERE TRASVERSALE.

Roma, 22 gennaio 2014

Il Ministero dello Sviluppo Economico, Assocalzaturifici e ANFAO, presentano oggi a Roma, presso Unioncamere, **il primo studio articolato** che analizza il **fenomeno della contraffazione online** relativamente a due tra i più importanti settori del made-in-Italy: **il calzaturiero e l'occhialeria.**

Lo studio, finanziato dal **Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, e curato da Convey** (azienda specializzata nella protezione della proprietà intellettuale), quantifica l'incidenza e le caratteristiche della contraffazione, sulle piattaforme web 1.0, web 2.0 ed e-commerce.

Assocalzaturifici e ANFAO non potevano non rispondere all'importante quanto necessario appello, contribuendo significativamente allo studio presentato a Roma: **un'analisi approfondita delle principali modalità e ambienti contraffattivi** dei comparti calzature e occhialeria in rete, prendendo in esame **un campione di 54 marchi calzaturieri**, suddivisi per fasce prezzo e livello di diffusione sui mercati internazionali, e **57 brand di occhiali**, clusterizzati per tipologia. Si esaminano, in particolare, i valori e la frequenza delle pagine web occupate dai marchi contraffatti e le modalità con cui queste pagine operano. I risultati sono stati poi suddivisi per motori di ricerca, ambienti B2B e B2C.

Gli ambiti risultati più pericolosi, dopo l'analisi condotta su oltre 700 mila documenti catturati dalla Rete, trovano in prima posizione **le grandi Piattaforme di commercio elettronico**, in primis quelle della Cina/Far East (**contraffazione al 73% nelle Calzature e 54% negli Occhiali nel B2C**), seguite dal "WEB1.0" (in contesto "neutro" 18,2% nelle calzature e 21% negli occhiali) e infine i Social Network.

La contraffazione rappresenta **una significativa minaccia per l'intero sistema economico e produttivo italiano**, in quanto intacca direttamente la competitività del sistema Paese nel suo complesso, oltre che l'immagine stessa del made-in-Italy nel mondo. Il fenomeno, infatti, determina la perdita di quote di mercato dell'industria nazionale, nonché la perdita di posti di lavoro e si è acuitizzato con la crisi e con la diffusione massiccia di internet, che rende più appetibili i prodotti contraffatti perché meno costosi.

"Lo studio rappresenta uno spaccato importante della nostra produzione e ci permette di capire la portata devastante della contraffazione – commenta Cleto Sagripanti, presidente Assocalzaturifici e FIAMP, Federazione Italiana Accessori Moda e Persona. Questo vale non solo per il comparto calzature, ma

anche per tutto l'accessorio moda: il valore complessivo della merce sequestrata per tutti i settori rappresentati da FIAMP, Federazione Italiana Accessori Moda e Persona – gioielleria, pelletteria, pellicce, calzature e occhialeria – è di oltre 208 milioni di euro nel solo 2012. Nell'ultimo quinquennio parliamo di una cifra che sfiora i 2 miliardi di euro”.

I due comparti oggetto dello studio sono tra i settori maggiormente colpiti dalla contraffazione.

Secondo le stime di **Assocalzaturifici, il fatturato perso a causa del falso oscilla dai 190 e i 240 milioni di euro.** Nel 2012 sono state sequestrate calzature per un valore pari a 17,2 milioni di euro, ossia circa il 2,9% del totale dei prodotti sequestrati, percentuale che cresce sino all'8,8% se si considera il valore dei sequestri di calzature nel periodo 2008-2012.

*“Il nostro obiettivo è **difendere lo stile, la qualità, la creatività e il design italiano che ci rende unici in tutto il mondo – continua Sagripanti.** Da tempo siamo impegnati nella lotta alla contraffazione, ma occorre che tutti i settori del manifatturiero italiano facciano fronte comune tra loro insieme alle Istituzioni. Si parla spesso di contraffazione di marchio, presupponendo quasi che soffrano di tale fenomeno criminoso solo le grandi griffe. In realtà è un problema vissuto anche dalle piccole e medie aziende, il tessuto manifatturiero italiano che il mondo ci invidia e che rappresenta un patrimonio fondamentale di cui vive l'economia del nostro Paese. Per questo Assocalzaturifici ha voluto approfondire lo studio con un'analisi autonoma e un focus sul made-in-Italy e sulle principali modalità con cui la falsa indicazione di origine si articola online, consapevoli che la lotta alla contraffazione non può essere disgiunta dalla lotta al falso made-in-Italy e a fenomeni come l'Italian sounding”.*

È tra i 100 e i 150 milioni di euro di fatturato annuo, invece, la perdita stimata da ANFAO per le aziende italiane del settore e di oltre 500 posti di lavoro. Questo ovviamente senza considerare il danno all'erario in termini di IVA e tasse non riscosse.

*“L'impegno di ANFAO nella lotta alla contraffazione nasce molti anni fa – **afferma Cirillo Marcolin, Presidente ANFAO e Past President FIAMP** – proprio perché siamo consapevoli dell'entità del pericolo. Inoltre, nel nostro settore tale fenomeno porta con sé effetti ben più gravi di quelli puramente economici: il contraffattore diffonde sul mercato prodotti di scarso livello qualitativo e per i nostri prodotti può voler dire danni anche gravi alla salute degli utilizzatori. Un occhiale da vista contraffatto può causare danni all'occhio e analogo discorso può essere fatto per un occhiale da sole il cui filtro solare non sia adatto alla protezione dai raggi UV”.*

I prodotti contraffatti o quelli venduti fuori dai circuiti regolamentati sono spesso pericolosi e realizzati in modo non conforme alle prescrizioni sulla sicurezza dei prodotti. È necessario, quindi, **poter contare su una normativa efficace contro la contraffazione online**, ridurre la forte visibilità dei siti internet e dei domini che effettuano violazione dei diritti di proprietà intellettuale, oscurarli e rimuovere in tempi rapidi i contenuti illeciti, nonché riconoscere la corresponsabilità dei provider, degli intermediari e dei fornitori dei servizi web.

*“Il web rappresenta un'occasione per esprimere le proprie idee e sviluppare il proprio business – **aggiunge Cirillo Marcolin.** In tal senso le potenzialità che*

porta con sé sono innumerevoli e sarebbe sbagliato non sfrubarle. Allo stesso tempo, però, internet racchiude degli elementi di criticità tra cui appunto la contraffazione: la vendita di prodotti contraffatti via internet sta raggiungendo proporzioni di giorno in giorno più allarmanti e noi tutti non possiamo restare a guardare”.

Un elemento importante che è emerso dallo studio è la **forte correlazione che evidenzia la presenza di veri e propri network contraffattivi trasversali ai marchi e ai prodotti stessi**, che apre anche a livello di strategie di contrasto possibilità diverse dalla tutela della singola azienda o del singolo brand.

“Oggi i siti che propongono occhiali contraffatti, così come ha confermato lo studio, sono trasversali ai singoli brand, si propongono come multimarca e spesso addirittura multi prodotto. La singola azione equivale a far rimuovere il singolo brand, non certo a colpire il network dei contraffattori”. – **conclude il Presidente di ANFAO Marcolin.**

L’obiettivo finale dello studio, sulla base degli elementi raccolti nel corso dell’indagine, è anche **fornire agli attori coinvolti**, in primis il Ministero per lo Sviluppo Economico – DG “Lotta alla contraffazione UIBM”, **alcune possibili linee di politica industriale applicabili sia ai settori Calzature e Occhiali, sia, più in generale, agli altri comparti del manifatturiero italiano caratterizzati da dinamiche simili.**

In particolare, è importante **diffondere la conoscenza della peculiarità dei fenomeni contraffattivi in Internet, incentivare il supporto di comportamenti innovativi nella lotta alla contraffazione** dei marchi da parte delle imprese, **soprattutto in forma aggregata** e, infine, **effettuare azioni dirette e dimostrative del MiSE** per la tutela pro-attiva dei marchi in alcune situazioni di valenza nazionale.

L’incontro di oggi a Roma, chiuso dal Sottosegretario Sen. Simona Vicari, vede la presenza del Direttore della DGLC-UIBM, Avv. Loredana Gulino, del Prof. Cesare Galli, Professore di Diritto Industriale all’Università di Parma, dei rappresentanti della Guardia di Finanza, dell’Agenzia delle Dogane, oltre che di Assocalzaturifici e ANFAO, e rappresenta quindi **un momento fondamentale di impegno** del Governo, delle Istituzioni e delle Associazioni coinvolte **per far fronte comune** ad un fenomeno che sta assumendo proporzioni sempre più preoccupanti.

ASSOCALZATURIFICI
Ufficio stampa e comunicazione Italia
Diomedea
Via Biondelli 9,
20141 Milano, Italia
Tel. +39 02 89546251 - Fax +39 02 8466743
area.comunicazione@diomedea.it

Segreteria Ufficio Stampa
Assocalzaturifici
Via Monte Rosa, 21
I-20149 Milano
Tel. +39 02 43829.1 – Fax +39 02 48005833
stamp@assocalzaturifici.it
www.assocalzaturifici.it

ANFAO
Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici
Via Petitti, 16 - 20149 Milano
Tel. 02 32673673 – Fax 02 324233
www.anfao.it
info@anfao.it

Ufficio Stampa
Fast-com
Via dei Gracchi, 26
20146 MILANO
Tel. +39 02.87280954
Cell. +39 340.2146623
michela.fastcom@grupposantagostino.com
www.fast-com.it