

La fiera fa la guerra alla contraffazione

L'ente ha appena siglato un'intesa con l'Agenzia delle accise, dogane e monopoli per aiutare le piccole e medie imprese a contrastare il fenomeno che solo in Italia vale 12 miliardi di euro.

di Maddalena Bonaccorso

Già, bellissima, a prima vista quasi perfetta, evocativa di tempi gloriosi. Invece è una provocazione in piena regola: la Ferrari Dino 196 S del 1958 esposta nel foyer del Centro servizi di Fiera Milano a Rho in occasione dell'evento dedicato alla prevenzione della contraffazione è solo una grossolana imitazione, con volante, sedili e interni non conformi, con dimensioni passo-lunghezza e altezza differenti dall'originale e con materiali diversi dall'unica, inimitabile Ferrari.

Provocazione riuscita, messa in campo da Agenzia delle accise, dogane e monopoli (Adm) e Fiera Milano per invitare a riflettere sulla contraffazione: fenomeno che in tempi complicati come quelli attuali, con il mondo che esce da una pandemia ed è tenuto sotto scacco da venti di guerra e crisi sia produttive sia di approvvigionamento, è particolarmente pericoloso per l'economia di comparti di vitale importanza.

Secondo i dati di Indicam, il giro d'affari della contraffazione in Italia vale oltre 12 miliardi di euro, con un danno alle imprese di 935 milioni e all'erario di oltre 10 miliardi: ed è proprio per questo, come occasione di riflessione e sensibilizzazio-

ne per l'intero comparto fieristico oltretutto per i visitatori di Fiera Milano, che Adm ha concesso la Dino, la quale rimarrà esposta nel polo museale temporaneo.

È solo un simbolo, ma oltre a questo sono state messe in campo molte azioni per tutelare il made in Italy: «Come Fiera Milano abbiamo il dovere di aiutare le piccole e medie imprese ad affrontare con consapevolezza il fenomeno della

contraffazione» spiega Luca Palermo, amministratore delegato e direttore generale di Fiera Milano. «Il protocollo d'intesa siglato con Adm ha l'obiettivo di fornire alle oltre 36 mila aziende che ospitiamo ogni anno nei nostri spazi gli strumenti adatti per tutelare i loro prodotti, facendo luce sulle novità normative e strategiche per la tutela della proprietà intellettuale e la difesa dalla contraffazione».

Il protocollo, inoltre, intende sviluppare forme innovative di collaborazione tra i diversi operatori del settore, oltre a pianificare occasioni di supporto e confronto sulle procedure doganali del settore fieristico internazionale.

Anche perché, oltre al danno economico, il mercato di prodotti falsi o «non conformi» mette a rischio la salute dei consumatori e l'ambiente: «Il mercato del fake, cioè del prodotto che viola la legittima proprietà intellettuale e industriale o induce in inganno il consumatore, è spesso legato a evasione fiscale e a forme di criminalità organizzata» precisa Marcello Minenna, direttore generale Agenzia delle accise, dogane e monopoli. «Proprio per questo Adm è da sempre impegnata in azioni che favoriscano un mercato sicuro, legale e trasparente a tutela di imprese e consumatori. Grazie ai nostri laboratori chimici e ai controlli incrociati con le ditte proprietarie dei marchi origi-

nali, lo scorso anno abbiamo sequestrato oltre 10 mila tonnellate di merci; e questo rappresenta soprattutto la prospettiva di quanto si possa fare in sinergia con altre istituzioni. Il protocollo di legalità ne è testimonianza».

I settori maggiormente colpiti dalla contraffazione sono alimentare, calzature, abbigliamento, accessori, cosmetica, gioielli, componenti delle auto, farmaci, prodotti elettronici e telefonia: «Nei primi nove mesi del 2021 » prosegue Minenna «sono stati sequestrati più di un milione e mezzo di pezzi, e per un terzo di questi si tratta di abbigliamento e accessori: 490.487 pezzi contro i 233.517 del 2020. I maggiori incrementi ci sono stati sui sequestri di prodotti alimentari e bevande, con 3.394 pezzi contro i 1.081 di tutto l'anno precedente*».

Importantissimo, dunque, rafforzare l'attività di prevenzione del fenomeno anche in vista di una «stagione» fieristica che si preannuncia, dopo due anni di stop-and-go forzati per la pandemia, particolarmente ricca. «Il calendario di fiere molto fitto» prosegue Palermo. «Dopo Mido, l'evento internazionale dedicato all'occhialeria, i padiglioni di Fiera Milano a Rho hanno ospitato il comparto dedicato alle tecnologie per l'imballaggio con Ipack-Ima, assieme a Intralogistica, Print4All e Plast: rispettivamente eventi dedicati ai sistemi integrati per la movimentazione industriale, alla tecnologia del printing e converting, alle materie plastiche e alla gomma. Dall'11 al 14 maggio c'è Venditalia, la manifestazione dedicata alla distribuzione automatica e, dal 12 al

15, Transpotec-Logitec, evento sul mondo dei trasporti. Poi sarà il turno di Lamiera, rassegna tecnica con tutte le novità sulla lavorazione di questo manufatto. Dal 7 al 12 giugno, infine, ospiteremo l'appuntamento clou dell'anno: il Salone del Mobile di Milano, che quest'anno torna nel suo format tradizionale, occupando l'intera superficie espositiva del quartiere fieristico di Rho».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

** I dati forniti potrebbero essere soggetti ad aggiornamenti ascrivibili a rettifiche e integrazioni sui Sistemi informativi dell'Agenzia delle accise, dogane e monopoli.*



Imagoeconomica

Padiglioni in attività

Sopra, i padiglioni di Fiera Milano a Rho, dove si è da poco concluso il Mido, l'evento internazionale dedicato all'occhialeria. Sotto, la copia contraffatta della Ferrari Dino esposta nel foyer del Centro servizi di Fiera Milano.



In prima linea

Sopra, Marcello Minenna, direttore generale dell'Agenzia delle accise, dogane e monopoli. A destra, Luca Palermo, amministratore delegato e direttore generale di Fiera Milano.



