

Un progetto contro il boom delle contraffazioni

“BE ORIGINAL”: PERCHÉ LA COPIA È SEMPRE PEGGIO

Manifesto in 15 punti per opporsi alla manipolazione dei prodotti made in Italy

STEFANO RIZZATO

Ingegno e prestigio non bastano. Il design made in Italy deve mettere l'armatura: inutile produrre qualità apprezzata in tutto il mondo per farsi poi scippare i clienti dai falsari, come oggi accade troppo spesso. Il nemico è ben più che alle porte e per combatterlo serve una nuova strategia. Così è nato «Be original»: progetto anti-contraffazione promosso dalla rivista Elle Decor Italia e ora diventato anche un manifesto in 15 punti.

«L'obiettivo è sostenere il diritto d'autore, divulgare e migliorare la tutela del design originale», spiega Livia Peraldo, direttrice della rivista. Che conferma come i numeri della contraffazione parlino di una vera emergenza. «Nonostante la normativa comunitaria che tutela le opere di design mediante copyright, il fenomeno è in continuo aumento: addirittura il 10% del Pil mondiale è originato da prodotti falsi o copiati. Nel 2011, in Italia sono stati sequestrati quasi 80 milioni di pezzi non originali. Nove su dieci sono venduti via Internet, grazie al sostanziale anonimato dell'offerta».

Contro la rete dei falsari, serve così una rete tra istituzioni e industria e di fatto è questa la grande proposta contenuta in «Be original». Ma anche i consumatori e le loro ragioni vanno presi attentamente in considerazione. Spesso, dietro al successo dei falsi ci sono infatti motivi economici, come mostra il sondaggio online di «AstraRicerche», aperto quattro mesi fa sul sito di Elle Decor Italia. Per l'83% dei 10 mila utenti che hanno risposto, proprio la differenza di prezzo è ciò che può spingere a preferire la copia rispetto all'originale. Solo per il 55% dei lettori i costi dell'ingegno e della qualità sono davvero giustificati. Ecco perché comunicare l'originalità, insegnare a riconoscerla e ad apprezzarla è un'altra delle priorità suggerite dal manifesto.

Il record

Mille eccellenze

— Sono quasi mille i prodotti del «made in Italy» che si attestano ai primi posti nell'export mondiale, mostrando un Paese che compete alla grande sui mercati globali e riesce a creare un attivo di 183 miliardi di dollari. È questo il quadro che emerge dal rapporto «I.t.a.l.i.a.-Geografie del nuovo made in Italy», realizzato da Fondazione Symbola con Unioncamere e Fondazione Edison.

