

Copie e copiatori

Dagli anni '80 il fenomeno di copie e contraffazioni è esploso e riguarda tutti i settori produttivi, non soltanto gli oggetti di lusso. Falsi medicinali, falsi pezzi di ricambio di automobili e aerei, le carte di credito, elettrodomestici, strumenti di lavoro, fino ai prodotti di largo consumo che invadono il massmarket, si copia tutto ciò che ha successo e può creare facile business. Ma se una Lacoste copiata non fa danni a nessuno tranne che all'azienda, possono essere drammatici invece i danni di occhiali, giocattoli e materiali elettrici non a norma di sicurezza, prodotti alimentari, medicinali contraffatti, spesso inefficaci; esportati soprattutto nei paesi del terzo mondo, o pezzi di ricambio 'taroccati' per i mezzi di trasporto che non hanno garanzie di prestazione. Qui la contraffazione, che nessuno vede, assume i termini di un vero e proprio crimine organizzato. "In primo luogo -dice Carlo Guglielmi presidente di Indicam (istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione) e noto personaggio nel campo del design italiano per la casa essendo il presidente dell'azienda FontanaArte e di Assoluce (Associazione

Vero, falso, originale, copia, imitazione, riproduzione sono termini che si prestano ad una certa ambiguità di interpretazione. Solo la contraffazione è chiara nei suoi termini di palese inganno. Come difendersi? La battaglia è più culturale che legislativa. di **Patrizia Scarzella**

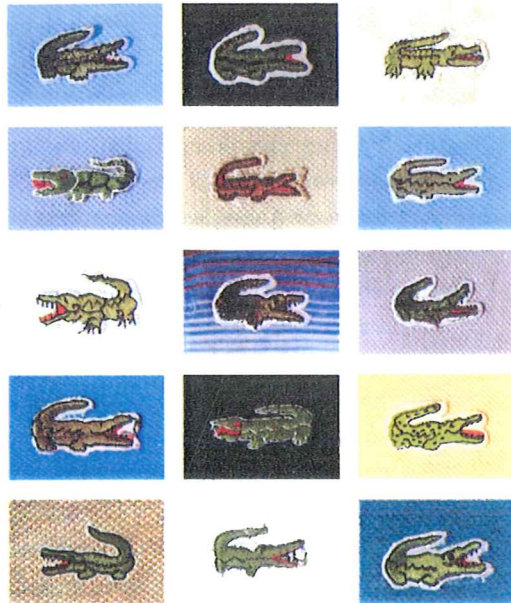
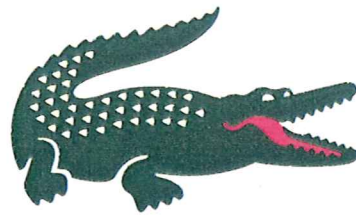
Due sneaker apparentemente uguali, salvo il prezzo: quella a sinistra è l'autentica Adidas, quella a destra la copia contraffatta. Il costo di entrambe è stata rilevato lo scorso anno.



dei produttori di lampade) il problema delle copie e contraffazioni è una battaglia culturale, poi una questione di difesa legislativa e di economia. I ragazzini che a scuola copiano il compito del vicino di banco sono considerati dei 'simpatici furbacchioni', ma sono in realtà dei potenziali delinquenti! Perché rubano la cosa più personale, l'intelligenza altrui e questo è un reato gravissimo! Non è accettabile che nel nostro settore un designer cloni il suo prodotto e lo venda a più aziende, e che aziende in nome del mercato facciano prodotti che 'si ispirino a' o imitazioni, copie e fotocopie di altri prodotti. Non è accettabile che un paese riconosciuto nel mondo come portatore di uno stile di vita attraverso i suoi prodotti di design sia deriso e massacrato dalle copie! Dal punto di vista sociale la contraffazione, che significa 'fare contro', agisce contro gli altri -tutti coloro che hanno il merito di fare prodotti vincenti che hanno richiesto investimenti, ricerca e comunicazione- e contro lo Stato, poiché ne elude le leggi, incrementa il mercato nero e i traffici di denaro sporco". Come difendersi? "Il governo italiano ha

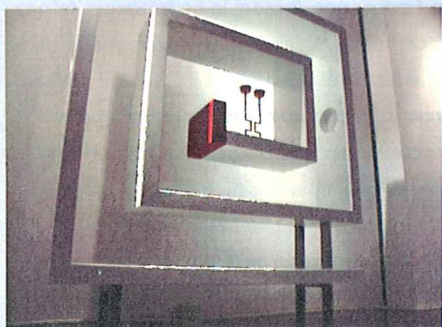
recepito la legge sulla proprietà intellettuale del disegno dei prodotti, già in vigore negli altri paesi europei, che, però, verrà attuata tra dieci anni, dando così ai copiatori la possibilità di continuare liberamente a copiare". Mentre su questo argomento e sulla difesa del marchio si battono da anni, oltre Indicam, Federlegno-Arredo, la Federazione italiana delle industrie del mobile, e Adi -Associazione per il disegno industriale- dove opera il Giuri del design che fornisce il parere di esperti in materia nelle controversie tra aziende o aziende e progettisti. Sebbene privo di riconoscimento legale ufficiale, il parere espresso dal Giuri è autorevole ed è stato tenuto in considerazione nelle più recenti sentenze

della magistratura. In termini economici e produttivi le dimensioni del fenomeno sono eclatanti: già nel 1980 Cartier stimava che la quantità di falsi orologi venduti col suo marchio raggiungesse i due milioni, cioè otto volte più copie che originali! Con una azione spettacolare, la distruzione di centinaia di migliaia di orologi sotto un rullo compressore negli Champs Elisée, l'azienda mise in evidenza le dimensioni di una vera e propria industria del falso. I falsari non erano già allora piccoli artigiani che lavorano in uno scantinato, ma industrie distribuite in un panorama internazionale che va dall'Italia (siamo tra i primi in classifica per l'esportazione di falsi soprattutto di accessori griffati di pelletteria) a Taiwan, dalla Cina ai paesi del sudamerica. Nel campo dei prodotti di lusso, il pubblico, specialmente quello italiano!, ha aderito da anni alla strategia del falso che costa poco, diverte e si presta al gioco seduttivo dell'inganno. Il consumatore medio non è così evoluto da chiedersi se le copie sono fatte da bambini, in condizioni di lavoro senza sicurezza, con materiali inquinanti e, quand'anche si pone questo genere di domande, non rinuncia facilmente all'affare. Oggi, come afferma l'avvocato Giovanni Casucci esperto di proprietà industriale, si stima che circa il 50% dei casi di contraffazione provengano dall'Asia e dai paesi dell'Europa orientale. I cinesi, per quantità di prodotti e vastità di settori produttivi, sono ritenuti i re delle copie e contraffazioni, abili a usare la velocità come arma di conquista e senza remore a copiare qualsiasi prodotto. Nonostante la Cina dalla fine del 2001 sia entrata ufficialmente a far parte del Wto -World trade organization- dopo 15 anni di intensi e incerti negoziati. "Immaginare un'efficace difesa sul piano giuridico contro il proliferare delle imitazioni e delle contraffazioni che arrivano dalla Cina è in questo momento come tentare di arginare un'alluvione con un cucchiaino!" dice un esperto in materia - l'avvocato Maurizio Fusi- lasciando poche speranze a breve termine. "Una difesa possibile per le aziende sono le cosiddette 'misure di frontiera', che consistono nella possibilità di bloccare l'ingresso nello Stato di prodotti contraffatti col sequestro". Il parere di Guglielmi è che, più delle azioni legali che hanno tempi lunghissimi, sarebbero efficaci delle sanzioni amministrative incisive da applicare a chi compra, a chi distribuisce, ai grossisti, a chi produce e a chi non controlla. "Siamo il primo paese d'Europa che consuma prodotti contraffatti. La signora che sulla spiaggia acquista una falsa borsa Vuitton dovrebbe essere costretta a comprare quattro originali! E il Comune che non controlla e permette questa pubblica ignominia dovrebbe pagare multe salatissime." Se Coco Chanel con una bella dose di snobismo dichiarava molto tempo fa "Le copie? Sono l'omaggio della strada!", oggi questo 'omaggio' non dà più alcun piacere a nessuna azienda e rischia di trasformarsi in una enorme perdita di posti di lavoro.



Il vero marchio Lacoste, in alto, e l'incredibile varietà di falsi "coccodrilli" rintracciati dal 1958 al 1986 su camicie contraffatte, provenienti da tutto il mondo. Le immagini di questa pagina e quella di apertura sono tratte dal catalogo della mostra "Veramente falso" realizzata dalla Fondation Cartier di Parigi.

La Cina che crea



L'Oriente non copia soltanto. Crea e può essere innovativo anche nel design, decidendo di utilizzare tecniche e materiali occidentali ma di trarre la forza ispiratrice dalle proprie origini e tradizioni. Così anche la Cina, paese 'copiatore' per eccellenza, inizia a presentare i propri prodotti sui mercati che contano. È il caso di Jiang Qiong Er (www.numberD.com), designer di Shanghai che ha esposto al Salon du Meuble 2005 di Parigi cinque mobili e vari oggetti decorativi realizzati in DuPont Corian® e ispirati agli elementi spirituali fondamentali della cultura locale. Il segnale è forte e, forse, destinato ad

aprire nuove prospettive di mercato. Jiang Qiong Er è una donna e la sua opera che -come dice- è una "fusione tra l'estetica asiatica e la forza dei materiali occidentali" è stata la prima realizzata da una designer cinese a varcare la soglia di una Fiera francese. I suoi mobili, di cui è visibile un esempio nell'immagine, imponenti e lineari, bianchi con "lampi" decorativi rossi, grigi e neri, grazie alla solidità e all'invisibilità delle giunte del materiale, sembrano scolpiti in un unico blocco. Che sia questa la chiave giusta di accesso per il design made in China? **Claudia Foresti**