

Analisi

INTERNET NUOVA MECCA DEI FALSI

La diffusione dei social media ha incrementato un fenomeno che ha bruciato 270 mila posti di lavoro. Indicam lancia l'allarme

Il web e i social network sono il nuovo, grande, punto critico del mercato dei falsi. Gli stessi canali che, da un certo punto di vista, possono fare del bene alle imprese da un altro possono penalizzarle moltissimo, andando a incrementare in maniera incontrollata un business corrotto il cui impatto negativo è difficile da stimare. Questo è uno dei temi caldi affrontati ieri in occasione dell'assemblea annuale di **Indicam-Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione**. Appuntamento che ha ufficializzato la fine del mandato di **Carlo Guglielmi**, da 12 anni alla presidenza dell'istituto (il successore sarà eletto a metà ottobre, ndr). «In questi ultimi anni, i problemi dell'economia mondiale hanno soppiantato nelle agende internazionali le questioni relative alla contraffazione», ha spiegato Guglielmi, «e l'Unione europea sta tendendo a lasciar correre, prestando ascolto a nazioni del Nord Europa che fanno della loro forza il trade commerciale. Per questo è ora di reagire, agendo sulla normativa nazionale e soprattutto europea». La valutazione della quota di vendite di merci contraffatte sull'intero commercio

mondiale è stata stimata tra il 7 e il 9% e 1.850% è la percentuale di crescita della contraffazione dal 1994 al 2011. Tra i Paesi produttori di falsi, spiccano la Cina e il Sudest asiatico (da cui arriva più del 50% della quota) mentre il 35% delle merci proviene dal bacino del Mediterraneo con l'Italia, tristemente, in prima fila con un giro d'affari stimato tra i 3,7 e i 7,5 miliardi di euro. «Ciò che vediamo è solo la punta dell'iceberg», ha poi sottolineato il presidente di **Confindustria, Giorgio Squinzi**, intervenuto a fine lavori. «La contraffazione ha effetti negativi sul piano economico e sociale. Chi ne paga le conseguenze sono le imprese e i lavoratori (270 mila è la stima dei posti di lavoro persi negli ultimi dieci anni, di cui 125 mila nella Comunità europea, ndr), oltre che i consumatori». A questo proposito, non devono mancare campagne di sensibilizzazione sui danni recati dall'acquisto di merci contraffatte. Un tema messo in luce dallo spettacolo teatrale di **Tiziana Di Masi, Tutto quello che sto per dirvi è falso**, in tournée in questi giorni e del quale è stato dato un assaggio ieri durante l'incontro. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni