

L'economia del falso

L'economia del falso si muove in parallelo a quella legale, danneggiando i conti e la credibilità delle imprese, sottraendo risorse allo stato e posti di lavoro; anche nel comparto delle trasmissioni meccaniche.

📄 Simonetta Stella

Il commercio di beni contraffatti sta aumentando progressivamente sia in termini dimensionali, sia come sofisticatezza dei metodi utilizzati. Il processo di globalizzazione dei mercati e la progressiva internazionalizzazione delle economie, con l'affacciarsi sullo scacchiere geoeconomico mondiale di paesi fino a poco tempo fa rimasti ai margini delle relazioni commerciali, ha impresso un'accelerazione inarrestabile alla circolazione delle merci.

Allo stesso tempo, però, si è allungata la filiera produttiva, portando su scala internazionale non più solo la distribuzione di materie prime e di fonti primarie di energia necessarie alla produzione, ma anche di semilavorati e di prodotti finiti, che arrivano sui mercati di consumo finale mediante viaggi rocamboleschi attraverso frontiere che non sempre dispongono di adeguati sistemi di controllo. A cui si aggiunge un altro fenomeno rilevante: la crescita della contraffazione via internet.



La concorrenza “legale”

«Da molti anni le aziende italiane conoscono e convivono con il fenomeno della contraffazione. La delocalizzazione di molte produzioni italiane ha facilitato il moltiplicarsi dell'imitazione, sempre più specializzata, delle nostre merci» ad affermarlo è Sandro Bonomi, Presidente di Anima che aggiunge: «Il Far East è la matrice della maggior parte della contraffazione, specialmente per i prodotti a basso valore tecnologico». La Federazione, che riunisce oltre mille aziende associate, per fronteggiare questo commercio illegale sta sostenendo due iniziative. «Il 21 ottobre è passato al Parlamento Europeo il Regolamento Made in extra UE, la proposta di Regolamento sull'etichettatura di origine obbligatoria per i prodotti importati da paesi terzi (noto come Regolamento “Made In”). Rientrano, nella proposta approvata a Strasburgo anche i prodotti di due associazioni appartenenti ad ANIMA - ha spiegato Bonomi - Crediamo che in questo modo la qualità dei prodotti non venga confusa, la qualità non è una prerogativa di tutti i prodotti. Nel lungo termine siamo certi che una misura di questo tipo porterà a una crescita dell'industria europea, perché parte da una base di know-how e specializzazione eccellenti e apprezzati in tutto il mondo». La seconda iniziativa importante è rappresentata dall'accordo tra il Ministero per lo Sviluppo Economico, l'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane (AEFI), il Comitato Fiere Terziario (CFT) e il Comitato Fiere Industria (CFI) di cui ANIMA fa parte per garantire una concorrenza “legale”. «È un'esigenza estremamente sentita dalle nostre aziende, tanto che dal 2006 abbiamo realizzato assieme a MCE - Mostra Convegno Expocomfort - un “Comitato Anticontraffazione ANIMA-MCE”, a tutela degli espositori in fiera, che ha dato importanti risultati in questi anni, ha concluso il Presidente Bonomi. Ogni volta che il concetto di concorrenza ha il sopravvento sulla contraffazione le nostre aziende sono in grado di competere ad armi pari con chiunque nel mondo. Nello scenario globale siamo leader in moltissimi settori della meccanica, tanto che più del 50% dell'export nazionale proviene dal comparto meccanico. Per continuare ad esserlo è necessario poter contare anche su manifestazioni fieristiche italiane leader nel proprio settore a livello internazionale».



(Cortesia NSC)

Il commercio on-line se da una parte apre enormi possibilità soprattutto per le piccole e medie imprese, dall'altra offre ai contraffattori un canale distributivo alternativo, in cui diventa estremamente difficile intercettare il singolo prodotto. Secondo le stime dell'Ocse la quota di vendite di merci contraffatte è calcolabile tra il 7% e il 10% dell'intero commercio mondiale per un valore di 200 miliardi di euro. Ma la stima potrebbe essere molto più elevata se venissero conteggiati anche i

prodotti acquistati entro i confini nazionali e quelli distribuiti illegalmente via internet. La principale area di provenienza di queste merci copiate è il Sud-Est asiatico: per il 60% sono destinate all'Unione Europea e per il 40% al resto del mondo. La Cina è di gran lunga al primo posto, seguita da Corea, Taiwan e altri paesi del Far East. Il restante 35% dei prodotti contraffatti è realizzato nel bacino del Mediterraneo, con destinazione l'Unione Europea, gli Stati Uniti, l'Africa e l'Est Europeo. I paesi leader sono l'Italia, la Spagna, la Turchia e il Marocco. Le dinamiche della globalizzazione fanno sì che tra questi due bacini, un tempo separati, vi sia ormai una completa interpenetrabilità: sempre più spesso componenti falsificati di origine cinese entrano nell'UE scegliendo i varchi doganali più deboli, come i porti del Nord Europa e i nuovi stati membri. Vengono quindi assemblati e spesso dotati di marchi contraffatti in diversi paesi dell'Unione, tra cui purtroppo primeggia l'Italia, che, oltretutto, è anche la prima in Europa come consumatore di beni

contraffatti. Nel 2008, secondo i dati del Censis, il mercato del falso ha raggiunto nel nostro paese un giro d'affari di oltre 7 miliardi di euro e un mancato introito per lo Stato di oltre 5 miliardi di euro, con una perdita di circa 130 mila posti di lavoro.

La contraffazione dei prodotti industriali

I settori interessati dal fenomeno della contraffazione sono numerosi: dalla moda all'alimentare, dalla farmaceutica all'informatica. Ma anche il comparto della meccanica è tra quelli più colpiti: pneumatici, tenute, cuscinetti, riduttori e componenti industriali vengono copiati, alcune volte con così grande maestria e attenzione per ogni minimo dettaglio - dal packaging, alla garanzia, alle istruzioni - da rendere difficile la distinzione con quelli originali con possibili rischi per la sicurezza e l'incolumità delle persone. «Negli ultimi sei-sette anni i tentativi di contraffazione da parte di aziende europee e di paesi emergenti di riproporre al mercato soluzioni

che anche visivamente assomigliassero alle nostre sono decisamente aumentati e sono tutt'ora in crescita – ha spiegato Alessandra Suriano, Marketing & Communication della Wittenstein - Essendo tra i leader di mercato è abbastanza scontato essere presi come modello, specie dai produttori asiatici». NSK ha contato negli ultimi 7 anni oltre 100 casi di contraffazione in tutto il mondo, concentrati soprattutto nel Sud-Est asiatico. «In questo periodo sono stati intercettati 34 produttori, 13 rivenditori e 18 esportatori per un totale di oltre 3 milioni di cuscinetti sequestrati - ha raccontato Marco Molina Application Engineering Manager della Divisione Industriale - Essendo NSK un marchio noto e conosciuto, questo fenomeno non si limita alla contraffazione del prodotto ma arriva anche all'imitazione del logo o del nome». Anche Timken Co. nel corso degli ultimi 2-3 anni ha intensificato l'attività in questo ambito, dedicando maggiore attenzione all'approccio e alle procedure nella lotta alla contraffazione. «Inoltre, in qualità di membri della World Bearing Association, siamo consapevoli delle conseguenze della contraffazione sull'attività dei principali produttori di cuscinetti – è intervenuto Fabio Pinotti, Group Leader- Service Engineering Italy, Spain & Portugal - Consideriamo questo fenomeno non solo una violazione della proprietà intellettuale, ma anche un rischio in termini di sicurezza, che affrontiamo con grande serietà». Anche secondo Roberta Debbia, Marketing & Communication di Motovario le dimensioni del fenomeno della contraffazione richiedono l'assunzione di responsabilità e l'implementazione di strategie globali, soprattutto per le grandi multinazionali presenti con le proprie filiali e la propria forza vendita in tutto il mondo. «Proprio in questi ultimi anni – ha aggiunto Alessandro Russi, Director of Internal Operations di RKB Europe SA - le inchieste riguardanti questo fenomeno si sono estese anche al segmento "business to business", diventando un serio problema per tutta la filiera della produzione industriale. La contraffazione di prodotti industriali, e soprattutto di componenti intermedi, assume connotati di rilevanza penale nella maggior

parte degli ordinamenti giuridici e si configura come un atto grave, lesivo di un equilibrio trasparente tra domanda e offerta, i cui effetti in termini di rischi e danni potrebbero essere drammaticamente rilevanti non solo in ambito economico, ma soprattutto in fatto di sicurezza sociale. Si tratta per lo più di un fenomeno subdolo, dato che le modalità per frodare il mercato sono molteplici e per lo più difficili da scoprire». Oltre alla contraffazione dei marchi per trarne beneficio e guadagno, si è aggiunta, nell'ultimo decennio anche la strumentalizzazione mediatica, volta a tutelare i cartelli commerciali di segmenti oligopolizzati. «Ha preso sempre più corpo il fenomeno della falsa comunicazione e rappresentazione societaria che, attraverso l'imbroglio e il raggio, in particolare a livello di struttura, consistenza e "made in", inquina il mercato, ingenerando danni diretti, sfiducia, incertezza e asimmetria informativa, che nel lungo termine non fanno altro che rafforzare i cartelli precedentemente menzionati» ha precisato Russi.

I prodotti SKF sono interessati dal fenomeno della contraffazione in maniera trasversale: «A livello storico non esiste di fatto una data precisa in cui si è assistito alla comparsa sul mercato di prodotti copiati. Va sottolineato tuttavia che la percezione del fenomeno è aumentata negli ultimi anni grazie a numerose campagne di sensibilizzazione e contrasto» ha commentato l'Ufficio Stampa di SKF Industrie.

Anche i prodotti del Gruppo Schaeffler non sono immuni dal fenomeno della pirateria che sta cagionando all'industria dei cuscinetti ingenti danni: «Oltre ai mancati guadagni e alle ripercussioni negative sull'immagine, insorgono infatti enormi costi per l'analisi, la verifica e lo smaltimento conforme alle norme dei cuscinetti confiscati – ha illustrato Antonio Colombo, Director Industrial Aftermarket di Schaeffler Italia – Il danno non viene arrecato solo alle aziende produttrici di cuscinetti di marca che investono in ricerca, sviluppo e assicurazione della qualità, bensì anche alle aziende che acquistano questi componenti e ai loro clienti. In base alle numerose segnalazioni di sospetta pirateria ricevute, abbiamo riscontrato soprattutto negli ultimi anni, un de-



Alessandra Suriano, Marketing & Communication della Wittenstein.



Roberta Debbia, Marketing & Communication di Motovario.

terioramento della situazione, in quanto la contraffazione copia non soltanto i prodotti semplici, ma anche cuscinetti ad alto contenuto tecnologico, che naturalmente non eguagliano in alcun modo l'originale in termini di prestazioni e di affidabilità».

L'aspetto più preoccupante nella meccanica, come fa notare l'ingegner Franco Rigato, è legato ai rischi strutturali che possono mettere a rischio la sicurezza delle persone, degli impianti e dell'ambiente. «Il caso limite è la contraffazione dei ricambi per la manutenzione degli aerei. Per le aziende meccaniche il fenomeno si è accentuato negli ultimi anni, quando nella ormai quotidiana spirale perversa della lotta ai costi, volendo rimanere su prodotti di marchi importanti, qualcuno si è fatto attrarre da prezzi non in linea con gli standard di mercato. Qui a mio avviso si sviluppa e si alimenta il mercato del "tarocco"».

Le misure per tutelarsi

La contraffazione può provocare alle imprese danni ingenti, determinando una riduzione delle vendite e del fatturato, danneggiando l'immagine e la credibilità delle aziende stesse che per difendere le proprie



Alessandro Russi, Director of Internal Operations di RKB Europe SA.



Fabio Pinotti, Group Leader-Service Engineering Italy, Spain & Portugal di Timken Italia Srl.

innovazioni devono investire per presidiare i mercati ed, eventualmente, tutelarsi in sede legale qualora vengano chiamate in causa. Nel settore della meccanica poi, al di là delle caratteristiche esteriori, la differenza tra un prodotto contraffatto e l'originale è nella qualità: i falsi non garantiscono prestazioni adeguate e sufficienti, presentano evidenti imprecisioni tecniche che possono minare l'affidabilità dei componenti, dei macchinari o degli impianti dando origine a seri problemi di sicurezza. Quali misure dunque è opportuno adottare? La Timken Co. ha introdotto un'etichetta di sicurezza anti-contraffazione applicata ai propri prodotti: «Questo accorgimento consente il riconoscimento immediato dei prodotti Timken come autentici e di qualità – ha dichiarato il manager - L'etichetta anti-contraffazione che abbiamo ideato è il risultato dell'applicazione delle tecnologie di settore più avanzate. Consigliamo ai nostri clienti di verificare sempre la presenza sui cuscinetti prima dell'acquisto. Inoltre continuiamo a collaborare a stretto contatto con le autorità e con i propri distributori autorizzati per la sensibilizzazione e la formazione dei clienti riguardo

all'importanza dell'identificazione dei cuscinetti contraffatti. Grazie alla collaborazione con altri produttori di cuscinetti attraverso la World Bearing Association (WBA), siamo in grado di ampliare lo spettro delle nostre iniziative di sensibilizzazione e formazione». SKF adotta diverse misure per tutelare i propri prodotti, in primis collaborando attivamente con le autorità giudiziarie e di polizia di tutto il mondo per contrastare il fenomeno. «Un ruolo fondamentale è inoltre ricoperto dalla comunicazione e sensibilizzazione nei confronti dei clienti e dei concessionari – ha dichiarato l'Ufficio Stampa - Ricordiamo, inoltre, che la via migliore per salvaguardare l'autenticità dei nostri prodotti è di acquistarli direttamente da SKF o tramite la nostra rete di concessionari autorizzati. Infine SKF è membro della World Bearing Association e ne supporta tutte le attività di contrasto, come la recente campagna Stop Fake Bearings (www.stopfakebearings.com)».

A quest'ultima iniziativa aderisce anche il Gruppo Schaeffler, che collabora con le autorità, le associazioni e con altre aziende produttrici allo scopo di attirare più frequentemente l'attenzione del pubblico su questo tema. «Il nostro approccio è quello della "strategia a tolleranza zero". Significa che esaminiamo e perseguiamo ogni caso, anche quelli apparentemente di piccola entità, in tutto il mondo – ha precisato Colombo – La contraffazione è anche una violazione alla proprietà intellettuale, che riguarda brevetti e marchi. Poiché i prodotti contraffatti sono apparentemente molto simili agli originali e vengono commercializzati come tali, in genere solo un esperto con la formazione idonea è in grado di individuarli. Un altro fronte su cui abbiamo investito risorse è quindi la formazione di personale specializzato nel riconoscimento di casi di pirateria. Tra le principali azioni cautelative di contrasto intraprese dal Gruppo Schaeffler alcuni anni orsono, vi è l'istituzione di un reparto centrale che coordina a livello mondiale le iniziative appena illustrate e verso il quale confluiscono tutte le informazioni sulla pirateria dei prodotti a marchio INA e FAG che ci vengono trasmesse dai nostri Partner di vendita, dai nostri sales engineer sul campo, dai nostri clienti ed anche dalle autorità. In modo

particolare i nostri Partner di vendita sono attivamente coinvolti in questo flusso di comunicazione e di supporto».

Come politica aziendale, il Gruppo Wittenstein si tutela depositando i suoi brevetti. Ad oggi la multinazionale tedesca vanta 350 brevetti, 150 marchi e 30 disegni. «I materiali che utilizziamo sono prodotti quasi completamente dalle nostre Business Units e quelli che provengono dall'esterno sono tutti di fornitori certificati – ha precisato Alessandra Suriano - Questo ci permette di verificare la proprietà di prodotti venduti come nostri, ma che danno prestazioni nettamente inferiori in modo da tutelare anche la nostra reputazione».

Il manager di RKB Europe sottolinea come nel settore dei cuscinetti volenti la presenza di prodotti contraffatti, provenienti per la maggior parte da mercati emergenti, sia in progressiva espansione. «Tuttavia, essendo il cuscinetto volente un bene critico per l'affidabilità del macchinario e non essendo imitabile nella sostanza, ma soltanto nell'aspetto cosmetico, visuale e di packaging, l'impatto della contraffazione in questo settore è per lo più circoscritto. Per questo motivo nella maggior parte dei casi il fenomeno non assume connotati tali da voler essere combattuto direttamente e metodicamente dai titolari dei diritti d'autore con ingenti investimenti». Motovario da parecchi anni fronteggia questo problema, presente soprattutto in Cina, attraverso alcune misure preventive: «Il vite senza fine, ad esempio, nostro prodotto di punta, ha subito delle modifiche stilistiche. La carcassa è stata personalizzata ed ora ospita il logo e la ghiera Motovario. Il tappo è stato personalizzato serigrafandolo con la ghiera e il marchio registrato NMRV®. La targhetta identificativa del prodotto deve riportare sempre il nostro logo aziendale. Inoltre vengono sempre fatti rigorosi controlli sull'utilizzo del marchio. E ogni qualvolta viene utilizzato il marchio-logo Motovario viene richiesto, dall'ufficio marketing dell'headquarter, di rispettare le regole di utilizzo esplicitate nella Corporate Identity». Per il manager di NSK la lotta alla contraffazione parte dalla cooperazione con gli enti governativi, per creare gruppi di lavoro tra gli organi del governo, effettuare seminari con gli enti doganali e regionali, instaurare

task force con gli uffici dei brevetti e della proprietà intellettuale. «Un passo importante è anche la collaborazione con le associazioni nazionali (JBIA, Japan Bearing Industrial Association) ed internazionali (WBA, World Bearing Association) per sensibilizzare tutti gli utilizzatori sulle criticità che possono emergere con l'utilizzo di cuscinetti contraffatti. NSK aderisce alla campagna promossa da WBA – ha sottolineato Molina - Da anni abbiamo implementato un imballo che contiene tanti elementi grafici e “strutturali” che identificano univocamente l'azienda giapponese, tra cui i mini-loghi sulla cornice dell'imballo, la presenza del sito web, il nastro adesivo personalizzato, il codice a barre con EAN (European Article Number), una superficie lucida per la pre-marcatura e stampa del part number. Per i cuscinetti di grandi dimensioni, inoltre, NSK ha implementato il codice a barre 2D, oltre al tradizionale numero seriale. E per tutti gli utilizzatori, l'elenco ufficiale dei Distributori Autorizzati dove acquistare i prodotti originali NSK, sul nuovo sito www.nskeurope.it». Il consiglio dell'ingegner Franco Rigato è di affidarsi a strutture o persone competenti in materia con alle spalle un consistente know-how e background tecnico. «Determinate domande chiave o certificati ad hoc, debitamente “incrociati” possono essere un primo deterrente per la contraffazione».

Gli strumenti legislativi e il mercato

Le iniziative messe in atto dalle forze dell'ordine, dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane, nel corso degli anni, si sono intensificate e rinforzate grazie all'impiego di metodi investigativi e tecnologici più dettagliati e avanzati. Non sempre, però, è facile scovare i falsi e difendersi soprattutto all'estero, come conferma Alessandra Suriano: «È duro dimostrare legalmente che un prodotto è stato copiato. Spesso, e in particolar modo nel mondo asiatico, è difficile capire a quali organismi rivolgersi e i tempi sono molto lunghi. Siamo dell'idea che le associazioni dovrebbero collaborare tra di loro per tutelare maggiormente i costruttori». Per Marco Molina di NSK le leggi e le normative sono

adeguate, ma per arginare e debellare la contraffazione serve la consapevolezza e l'impegno, di tutti.

L'esperienza di RKB evidenzia, invece, come un mercato più trasparente sia più utile e virtuoso per il benessere del sistema economico stesso nel lungo periodo e che, a partire da un solido e serio modello etico, ci siano molti aspetti su cui poter lavorare e confrontarsi per affrontare un tema tanto delicato e complesso. «A partire dalle Representations & Warranties passando per le comunicazioni sociali fino alla istituzionalizzazione di vere e proprie roadmap, in particolare per quanto concerne l'idoneità dei fornitori e delle procedure di controllo e verifica, molti possono essere gli strumenti in grado di elevare la consapevolezza degli utilizzatori finali limitando al minimo le dannose asimmetrie informative» ha sottolineato Russo. Per la Timken Co., in passato, l'attività normativa si è concentrata principalmente sul settore dei beni di lusso e sull'industria dell'intrattenimento. «Gli sviluppi più recenti dimostrano la crescente attenzione delle autorità legislative in materia di prodotti industriali, specialmente per quanto riguarda i prodotti destinati ad applicazioni fondamentali come il trasporto». L'Ufficio Stampa di SKF Industrie pone, invece, l'accento su come gli strumenti normativi cambino da paese a paese e sia fondamentale per tutelarsi, lavorare fianco a fianco dei propri partner commerciali. Secondo Schaeffler per rendere efficace la lotta alla contraffazione è necessario che i casi sospetti vengano comunicati direttamente ai produttori i cui marchi sono interessati da questa presunta attività illegale e anche alle autorità, che provvedono a dare seguito, in base alle disposizioni di legge locali: «Occorre intensificare lo scambio delle informazioni, tra produttore e distributore partner e viceversa, si intende, oltre che tra produttori stessi, fondamentale per l'efficacia delle investigazioni e delle confische: questo è quanto si prefigge di ottenere anche la WBA, la quale, promuovendo gli interessi comuni dell'industria globale dei cuscinetti, ha anch'essa creato al proprio interno un comitato anti-contraffazione che si occupa specificatamente della falsificazione di cuscinetti di marchi primari e anche di



Marco Molina,
Application
Engineering
Manager
della Divisione
Industriale
di NSK.



Antonio Colombo, Director Industrial
Aftermarket di Schaeffler Italia.



Franco Rigato,
ingegnere e
consulente
aziendale.

supportare le autorità nazionali nel debellarla. Un approccio trasversale è quindi un metodo valido anche per garantire la cooperazione sugli aspetti normativi e procedurali».

Alcuni casi concreti

Per Motovario il vite senza fine è il prodotto più contraffatto e per aiutare i clienti a riconoscere i falsi la società ha realizzato un video, trasmesso in occasione di fiere ed eventi, dove vengono evidenziate le caratteristiche tecniche e gli accorgimenti sopra descritti a cui prestare attenzione per riconoscere gli originali Motovario. Ma l'economia della copia non si ferma ai prodotti: «Ci hanno segnalato l'esistenza di diverse società che attivano siti web



SKF adotta diverse misure per tutelare i propri prodotti, in primis collaborando attivamente con le autorità giudiziarie e di polizia di tutto il mondo per contrastare il fenomeno.

avvalendosi non solo dell'utilizzo del nostro marchio-logotipo ma perfino riproducendo il layout grafico del nostro sito web – ha messo in evidenza Roberta Debbia – Ogni qualvolta i marchi Motovario vengono utilizzati in modo improprio rispondiamo con una lettera di diffida». Tra i casi più eclatanti Fabio Pinotti ricorda quello di un cuscinetto contraffatto installato all'interno di una trasmissione industriale ricondizionata che si è disintegrato soltanto dopo 36 ore di utilizzo, con conseguenti gravi danni e un lungo fermo dell'impianto. «In un altro caso, alcuni cuscinetti contraffatti utilizzati in un'acciaieria mancavano di determinate caratteristiche funzionali, ed hanno causato un guasto. Fortunatamente nessuno ha riportato lesioni. Sappiamo che la contraffazione rappresenta un fattore di rischio non solo reale, ma anche di grave entità in termini di sicurezza pubblica. Nel settore dei cuscinetti, componenti essenziali per un'ampia gamma di processi di movimento, le imitazioni sono difficili da individuare. Tuttavia, quando i prodotti contraffatti, di qualità inferiore alla media, si guastano, le conseguenze possono essere disastrose, specie in settori come quello dei trasporti. È assolutamente importante rivolgersi a fornitori di fiducia». NSK, invece, nel 2007, in Germania ha trovato un rivenditore di articoli tecnici con diverse centinaia di cuscinetti contraffatti, sia a sfere che a rulli, anche di medie dimensioni.

«Grazie alla collaborazione con la Polizia e le autorità federali tedesche, il rivenditore ha subito una causa penale e sono state distrutte circa 30 tonnellate di cuscinetti contraffatti» ha puntualizzato Molina. Anche Alessandra Suriano constata che più di una volta sono stati messi sul mercato prodotti che a prima vista potevano essere confusi con gli originali Wittenstein per colore e geometrie. «Circa quattro anni fa, in Cina, sono stati prodotti riduttori in tutto e per tutto uguali alle nostre serie. Persino il marchio era quasi uguale e facilmente confondibile con l'originale. Ovviamente, la filiale che si trova sul territorio supportata dalla casa madre ha attuato una serie di manovre legali per far sparire dal mercato tali imitazioni».

RKB negli ultimi anni ha scoperto casi di contraffazione ma la politica del gruppo è quella di non dare eco mediatica a questi fatti: «La nostra policy prevede di non renderli pubblici, affrontandoli esclusivamente nelle sedi opportune» ha concluso Russi. Per SKF uno dei casi più recenti di contraffazione è stato scoperto in Italia nell'aprile 2010.

Grazie alla collaborazione con le autorità di polizia il materiale che comprendeva cuscinetti delle principali marche presenti sul mercato è stato sequestrato. «È importante sottolineare che i prodotti contraffatti sono pericolosi per le macchine e per le persone, poiché non sono in grado di garantire sicurezza e affidabilità» hanno evidenziato i manager

del colosso svedese. Schaeffler cita un caso del 2009, anno in cui il Gruppo ha preso in esame complessivamente 239 casi, sia nel settore automotive sia nel settore industrial, la maggior parte dei quali di provenienza dalla Cina, per un valore di mercato della merce confiscata pari a 3 milioni di euro. «Uno di questi casi ha interessato "solo" 253 cuscinetti, un dato apparentemente meno eclatante rispetto alle diverse tonnellate di merce sequestrata, ad esempio, presso un rivenditore libero in Europa a inizio 2010 – ha concluso Antonio Colombo - Tuttavia la particolarità del caso era data dalla tipologia dei cuscinetti contraffatti. Il rischio di imbattersi nell'acquisto di prodotti falsi è alto anche nel mercato virtuale. Il nostro Gruppo è infatti intervenuto spesso per cancellare aste online e casi di plagio del sito internet. La raccomandazione più sentita è quella di tutelarsi acquistando sempre da fonti sicure come i nostri Partner di vendita elencati sul sito www.schaeffler.it». L'ultimo interessante caso viene riportato da Franco Rigato: «Nella mia attività di consulente sul finire del 2009 sono venuto a contatto con un'azienda dedita alla progettazione e costruzione di assali per un problema inerente alla rottura di una determinata tipologia di cuscinetto. Dopo aver effettuato le opportune analisi ho verificato che i calcoli erano corretti e quindi la scelta iniziale del componente risultava adeguata. Il passo successivo è stato quello di verificare con la casa madre l'origine del cuscinetto. Dalle indagini è emerso che era contraffatto, nello specifico i valori misurati sul cuscinetto del costruttore sconosciuto, indicavano che il componente presentava gravi incongruenze di progetto e difetti di fabbricazione, che potevano causare la rottura dello stesso anche in presenza di bassi carichi e solo dopo poche ore di utilizzo».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bibliografia

1. L'impatto economico della contraffazione e della pirateria – Agenzia delle Dogane.
2. Promemoria sui problemi della contraffazione in Italia – Indicam.
3. Il fenomeno della contraffazione nel mondo. Censis-Ares.