



**COMPRI FALSO ?
NO PERCHÈ...**

...E QUINDI ?

COMPRA



ORIGINALE

COMPRI FALSO ? NO PERCHÈ E QUINDI ? COMPRA ORIGINALE !

Il Made in Italy rappresenta per la Moda e il nostro Paese un patrimonio che va tutelato e rilanciato perché «La Moda passa, lo Stile resta».

E noi italiani siamo maestri di stile nel mondo.

Con questo *Vademecum* “**Compra originale**”, Federazione Moda Italia-Confcommercio si rivolge al mondo delle imprese e ai consumatori per valorizzare il *Made in Italy* e contrastare il fenomeno della contraffazione attraverso:

1. **dieci consigli pratici** per evitare di cadere in tentazione verso un acquisto non consapevole e solo apparentemente a buon mercato. Si parte da un'elencazione di problematiche che riguardano i rischi per la salute in quanto molti prodotti contengono agenti chimici e solventi cancerogeni; per arrivare alle sanzioni anche per chi acquista prodotti falsi a partire da 100 euro fino a 7.000 euro;
2. sintetici elementi, tra letteratura e definizione di legge, per riconoscere il **valore del Made in Italy** nella Moda secondo il cosiddetto “**Country Effect**” (effetto ottenuto, nell'immaginario collettivo, da un prodotto realizzato in un certo luogo che ne identifica il Paese stesso) e la definizione del **Codice doganale europeo**.

MADE IN ITALY ? SÌ, GRAZIE...

«**COUNTRY EFFECT**» = Effetto ottenuto, nell'immaginario collettivo, da un prodotto realizzato in un certo luogo che ne attribuisce l'identità del Paese stesso¹.

Secondo una ricerca di *KPMG Advisory* il «brand» *Made in Italy* è il terzo marchio più riconosciuto al mondo dopo Coca Cola e Visa. Nell'attuale scenario di economia della "percezione", dove i marchi contano sempre di più, il Made in Italy rappresenta un asset con notevoli potenzialità nei processi di penetrazione commerciale delle nostre imprese:

- riconoscibilità
- eccellenza qualitativa
- estetica
- capacità di acquisire leadership globali in nicchie di mercato
- flessibilità

LA **MODA** RIENTRA TRA LE COSIDDETTE "QUATTRO A" DEL *MADE IN ITALY*

1. Automazione
2. Abbigliamento - moda
3. Arredo e design
4. Alimentare

¹ Fonte: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/it-Going-Global.pdf>

Il marchio “Made in Italy” è il risultato del “Saper Fare” italiano. Negozi, boutique, fashion store, con le loro vetrine e con i rapporti diretti con la clientela, sono **AMBASCIATORI della CULTURA del «Made in Italy» in Italia e nel mondo.** Negozi che costituiscono testimonianza della storia, dell’arte, della cultura, dello stile e della tradizione imprenditoriale italiana contribuendo alla valorizzazione del famoso ed apprezzato *italian style*.

INDICAZIONE DI ORIGINE O PROVENIENZA

L'indicazione dell'origine o provenienza di un prodotto di moda **NON È OBBLIGATORIA IN ETICHETTA.** Un'impresa ha, quindi, la **facoltà di apporre il marchio d'origine «Made in Italy»** sulla base due tipi di origine²:

1. ORIGINE PREFERENZIALE

2. ORIGINE NON PREFERENZIALE

- **L'ORIGINE PREFERENZIALE** viene conferita alle merci provenienti da determinati paesi quando soddisfano le regole di origine di cui ai relativi accordi preferenziali.
- **L'ORIGINE NON PREFERENZIALE** viene conferita se le merci sono "interamente ottenute" in un paese o, se due o più paesi intervengono nella fabbricazione di un prodotto, l'origine viene ottenuta dove le merci hanno subito l'ultima lavorazione o trasformazione sostanziale, economicamente giustificata, in un'azienda appositamente attrezzata per tale scopo, che ha come risultato la fabbricazione di un prodotto nuovo o che rappresenta una fase importante della fabbricazione.

² Fonte: https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/2870257/guidance-on-non-preferential-rules-of-origin_ita+finale.pdf/f122d326-0d1b-4431-857a-9380fc9131c7

LA NORMATIVA EUROPEA DI RIFERIMENTO

- **CODICE DOGANALE DELL'UNIONE** – CDU: Reg. UE 952/2013
- DISPOSIZIONI INTEGRATIVE: **REGOLAMENTO DELEGATO UE 2446/2015 – RD** per la determinazione dell'origine non preferenziale delle merci

Nel **Regolamento Delegato – RD** sono elencate una serie di attività di lavorazione o trasformazione dei materiali non originari per potersi fregiare del Made in per l'origine doganale non preferenziale.

LA NORMATIVA IN ITALIA

In Italia, il 27 dicembre 2023 è stata pubblicata la LEGGE 206/2023³ sulla valorizzazione, promozione e tutela del made in Italy che reca disposizioni organiche tese a valorizzare e promuovere, in Italia e all'estero, le produzioni di eccellenza, il patrimonio culturale e le radici culturali nazionali, quali fattori da preservare e tramandare non solo a fini identitari, ma anche per la crescita dell'economia nazionale nell'ambito e in coerenza con le regole del mercato interno dell'Unione europea.

³ Legge 206 del 27 dicembre 2023 recante «Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy», pubblicata in Gazzetta Ufficiale-Serie generale n. 300 del 27 dicembre 2023 https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-01-15&atto.codiceRedazionale=24A00002&elenco30giorni=false#:~:text=La%20presente%20legge%20reca%20disposizioni,economia%20nazionale%20nell'ambito%20e.

Tale legge prevede, tra l'altro, all'art. 10 la "Valorizzazione della filiera delle fibre tessili naturali e provenienti da processi da riciclo"; all'art. 11 le "Misure per la transizione verde e digitale nella moda"; l'istituzione all'art. 18 del "Liceo del made in Italy" e all'art. 19 della Fondazione «Imprese e competenze per il made in Italy»; all'art. 25 "Imprese culturali e creative" e all'art. 26 "Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale". L'art. 41, comma 1 prevede un contrassegno ufficiale di attestazione dell'origine italiana delle merci.

C'è poi un provvedimento normativo, la Legge 166/2009⁴, che identifica un prodotto realizzato interamente in Italia e classificabile come made in Italy se il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano.

La norma italiana prevede anche che chiunque faccia uso di un'indicazione di vendita che presenti il prodotto come interamente realizzato in Italia, quale «100% made in Italy», «100% Italia», «tutto italiano», in qualunque lingua espressa, o altra che sia analogamente idonea ad ingenerare nel consumatore la convinzione della realizzazione interamente in Italia del prodotto, ovvero segni o figure che inducano la medesima fallace convinzione, sia punito, ferme restando le diverse sanzioni applicabili sulla base della normativa vigente, con le pene previste dall'articolo 517 del codice penale, aumentate di un terzo.

Esempio di **FALSA INDICAZIONE**:

- indicazione in etichetta del "Made in Italy" su prodotti e merci non originari dall'Italia.

⁴ Fonte: https://www.tuttocamere.it/files/Archivio/2009_166.pdf

Esempio di **FALLACE INDICAZIONE**. CONFEDERAZIONE
IMPRESE PER L'ITALIA

- l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana incluso l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali”, anche nel caso in cui sia indicata l'origine e la provenienza estera dei prodotti o merci.

In base all'art. 517 del Codice Penale “l'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine” è punita con la reclusione per un massimo di due anni e la multa di 20.000 Euro.

La Legge RONCHI ha introdotto un inasprimento fino ad un terzo delle sanzioni previste dall'art. 517 C.P. in caso di illegittima apposizione del marchio d'origine sulla fabbricazione effettuata interamente in Italia (es. «100% made in Italy», «100% Italia», «tutto italiano»).

In Italia è prevista la Certificazione 100% Made in Italy da parte del ITPI (Istituto della Tutela dei Produttori Italiani)⁵, organismo nazionale iscritto al CNEL, con l'obiettivo di confermare il valore del prodotto di qualità di vera origine italiana, che viene rilasciata dall'Istituto di Tutela dei Produttori Italiani sulla base di specifici requisiti.

⁵ Fonte: <https://madeinitalycert.it/> ; www.madeinitaly.org

ETICHETTATURA PRODOTTI TESSILI E CALZATURE: COME EVITARE LE SANZIONI⁶

A seguito dell'entrata in vigore il 4 GENNAIO 2018 della nuova normativa (Decreto Legislativo n. 190 del 15 novembre 2017) sulla DISCIPLINA SANZIONATORIA sull'etichettatura delle CALZATURE e dei PRODOTTI TESSILI

FEDERAZIONE MODA ITALIA **SUGGERISCE** alcune **RACCOMANDAZIONI** alle aziende del dettaglio MODA, in relazione ai possibili **CONTROLLI** effettuati dagli Enti incaricati dal Ministero dello Sviluppo Economico ed in particolare dalle Camere di Commercio.

COSA OCCORRE SAPERE

Per i **PRODOTTI TESSILI** (REGOLAMENTO UE 1.007/2011) è necessario che l'etichetta:

- sia in lingua italiana (es. "100% Cotone" e non "100 % Cotton", ad esempio in lingua inglese);
- contenga la composizione fibrosa con la denominazione della fibra scritta per esteso ("100% Cotone" e non "100 CO": il codice meccanografico non è ammesso) e la percentuale del peso indicata in ordine decrescente (es. "90% Cotone 10% Seta");
- trovi corrispondenza con quanto scritto nei documenti commerciali (es. nelle fatture ci deve essere il riferimento alla stessa percentuale di composizione fibrosa indicata in etichetta);

⁶ Fonte: <https://www.federazionemodaitalia.it/sos-etichettatura/>

- sia saldamente fissata al prodotto messo in vendita;
- indichi nome, ragione sociale o marchio ed anche sede legale del produttore/importatore (estremi del produttore ex art. 104 del D. Lgs. 206/2005 – Codice del Consumo e quindi l'indicazione della Via e della città);
- preveda, ove necessario, l'indicazione “Contiene parti non tessili di origine animale” qualora, ad esempio, si tratti di piumini, maglioni con toppe o inserti in pelle o scamosciati, bottoni in madreperla o corno naturale.

È poi fondamentale sapere che il fabbricante, l'importatore o il distributore che non forniscano sui siti web le indicazioni relative alla composizione fibrosa sono soggetti alla sanzione amministrativa pecuniaria da 1.500 a 20.000 euro.

Per chi vende **CALZATURE**, è importante sapere che:

- il fabbricante o il suo rappresentante con sede nella UE deve apportare un'etichetta su almeno una delle calzature, che può contenere o simboli (la dimensione dei simboli deve essere sufficiente a rendere agevole la comprensione delle informazioni contenute nell'etichetta) o informazioni scritte in lingua italiana secondo le definizioni e le illustrazioni contenute nell'allegato I
- l'etichetta può essere stampata, incollata, goffrata o applicata ad un supporto attaccato;
- l'etichetta non deve indurre in errore il consumatore. A tal fine, nei luoghi di vendita al consumatore finale deve essere ESPOSTO, in modo chiaramente visibile, un CARTELLO illustrativo della simbologia adottata sull'etichetta (Federazione Moda Italia mette a disposizione – su richiesta – un “ESPOSITORE DA TAVOLO”).

UTILIZZO DEI TERMINI “CUOIO”, “PELLE” E “PELLICCIA”

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 160 del 26 giugno 2020 è stato pubblicato il DECRETO LEGISLATIVO n. 68 del 9 giugno 2020 su “Nuove disposizioni in materia di utilizzo dei termini «cuoio», «pelle» e «pelliccia» e di quelli da essi derivati o loro sinonimi e la relativa disciplina sanzionatoria, ai sensi dell’articolo 7 della legge 3 maggio 2019, n. 37 – Legge europea 2018” .

Il provvedimento regola l'immissione e la messa a disposizione sul mercato, dal 24 ottobre 2020, di prodotti con i termini, anche in lingua diversa dall'italiano, «cuoio», «pelle», «cuoio pieno fiore», «cuoio rivestito», «pelle rivestita» «pelliccia» e «rigenerato di fibre di cuoio», sia come aggettivi sia come sostantivi, anche se inseriti con prefissi o suffissi in altre parole o in combinazione con esse, ovvero sotto i nomi generici di «cuoiame», «pellame», «pelletteria» o «pellicceria».

I termini sopra citati, infatti, potranno essere utilizzati **ESCLUSIVAMENTE** per indicare materiali di **ORIGINE NATURALE**.

SICUREZZA GENERALE DEI PRODOTTI

Dal **13 dicembre 2024** è entrato in vigore il Regolamento (UE) 988/2023 sulla Sicurezza generale dei prodotti⁷ che si pone l'obiettivo di fornire un elevato livello di tutela dei consumatori e condizioni di parità per le imprese, migliorando in tal modo il funzionamento del mercato interno dell'Unione Europea.

Il Regolamento, che riguarda tutti i **prodotti nuovi, usati, riparati o ricondizionati** immessi sul **mercato UE**, fornisce un nuovo quadro sulla sicurezza generale dei prodotti dell'Unione per tenere sotto controllo le sfide della digitalizzazione e la crescente quantità di beni e prodotti venduti online, andando incontro anche al rispetto del principio dello **"Stesso mercato, stesse regole"**.

Principale destinatario dell'obbligo di sicurezza è il fabbricante, a cui seguono a cascata le responsabilità degli altri operatori economici.

Tra gli **obblighi previsti per i Distributori** ricordiamo quello di verificare la presenza sul prodotto di:

1. **verifica presenza e conformità dell'etichettatura;**
2. **denominazione ed indirizzo del produttore o dell'importatore** per il fabbricante extra UE;
3. numero **tipo, lotto o serie** per identificazione del prodotto.
4. **verifica** che il fornitore operi nel rispetto del Regolamento;
5. **divieto** di commercializzazione di **prodotti non conformi**
6. **collaborazione con le Autorità.**

⁷Fonte: https://federmoda.voxmail.it/rsp/pve1px/content/regolamento_988_2023pdf.pdf?_d=9B5&_c=9ee58a8b

Novità importanti per chi vende on-line che sarà equiparato a chi vende off-line:

1. occorre il rispetto dei requisiti obbligatori in tema di **etichettatura** (i **prodotti tessili** devono essere accompagnati da etichette con informazioni sulle fibre di cui è composto il prodotto; le **calzature** devono essere accompagnate da etichette/simboli con informazioni sui materiali cui è composto il prodotto; utilizzo corretto dei termini **“cuoio”, “pelle”** e **“pelliccia”**);
2. l'indicazione dei **riferimenti completi (con indirizzo) del fabbricante o**, se il fabbricante non è stabilito nella UE, dell'**operatore economico interessato**;
3. la **pubblicazione delle informazioni** che consentono l'**identificazione del prodotto**, compresi un'immagine del prodotto, il tipo e qualsiasi altro identificatore;
4. qualsiasi **avvertenza o informazione sulla sicurezza** in una **lingua facilmente comprensibile dai consumatori dello Stato membro** in cui il prodotto è messo a disposizione sul mercato.

COMPRI FALSO? NO PERCHÈ ...

1. **Chi produce e chi vende un prodotto contraffatto** commette un reato penalmente rilevante
2. **Chi acquista un prodotto contraffatto**
 - ® è complice di un reato
 - ® mette a rischio la sua salute e quella dei suoi figli
 - ® alimenta la criminalità organizzata

MA L'ACQUISTO DI UN PRODOTTO CONTRAFFATTO È CONSAPEVOLE ?

Secondo una ricerca di *Confcommercio – Format Research*⁸ sul *sentiment* dei consumatori nei confronti dell'illegalità, dell'abusivismo e della contraffazione emerge che quasi un consumatore su tre (30,5%) ha acquistato un prodotto contraffatto o usufruito di un servizio illegale. Per la maggior parte dei consumatori la ragione principale degli acquisti illegali è di natura economica (70%) ed il 73% ha dichiarato di pensare che sia normale comprare contraffatto o da abusivi. Oltre il 90% dei consumatori ritiene è consapevole dei rischi dell'acquisto illegale e degli effetti negativi del fenomeno ed il 66,8% è informato sulle sanzioni. In crescita gli acquisti "incauti" sul web.

⁸ Fonte: Ricerca Confcommercio-Imprese per l'Italia, in collaborazione con Format Research, su illegalità, contraffazione e abusivismo presentata nella Giornata della Legalità di Confcommercio del 26 novembre 2019

Da un'indagine "Misuse of e-commerce for trade in counterfeits"⁹ (realizzata dall'ufficio Ue per la proprietà intellettuale - Euipo e dalla Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economici -Ocse risulta che il 56% dei sequestri doganali è frutto di e-commerce e che, nel 2021, sono stati bloccati sei milioni di account. La Cina è al primo posto con oltre il 75% di sequestri di prodotti contraffatti, seguita da Hong Kong (5,7 %), Turchia (5,6 %) e Singapore (3,3%).

I NUMERI

Secondo i dati dell'**OCSE** e dell'**EU IPO** (Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale):

- Il valore stimato dei beni contraffatti in Italia supera i **10 miliardi di euro all'anno**.
- I settori più colpiti includono **moda e abbigliamento, accessori, calzature, orologi, cosmetici, giocattoli e ricambi auto**.
- La contraffazione comporta una **perdita di oltre 100.000 posti di lavoro** in Italia, secondo alcune stime.
- Il danno per lo Stato, in termini di **mancati introiti fiscali e contributivi**, ammonta a **diversi miliardi di euro l'anno**.

La **Contraffazione** rappresenta, soprattutto in momenti di crisi dei consumi, un'inaccettabile forma di concorrenza sleale da parte della criminalità organizzata.

⁹ Fonte: OCSE – Indagine sull'Uso improprio del commercio elettronico per la vendita di prodotti contraffatti pubblicato il 25 ottobre 2021 su <https://www.oecd.org/gov/illicit-trade/misuse-of-e-commerce-for-trade-in-counterfeits-1c04a64e-en.htm>

Secondo l'indagine di **Confcommercio**¹⁰, sui fenomeni illegali nel 2024 l'illegalità è costata alle imprese del commercio e dei pubblici esercizi **39,2 miliardi di euro** e ha messo a rischio **276mila posti di lavoro regolari**. Nel dettaglio:

- **10,3 miliardi di euro** vengono dall'**abusivismo commerciale**
- **7,4 miliardi** dall'**abusivismo nella ristorazione**
- **5,1 miliardi** dalla **contraffazione**
- **5,4 miliardi** dal **taccheggio**

Il **60,1% delle imprese del terziario** si ritiene **penalizzato** da **abusivismo e contraffazione** per via soprattutto della **concorrenza sleale (50,1%)** e della **riduzione dei ricavi (23,1%)**. Analizzando i dati per macro aree territoriali, si registrano le seguenti evidenze:

1. **NORD-OVEST:** Il 58,2% delle imprese del terziario del Nord Ovest ritiene di essere penalizzato dall'abusivismo e dalla contraffazione. Il dato è inferiore a quello nazionale pari al 60,1%.
2. **NORD EST:** Il 59,2% delle imprese del terziario del Nord Est ritiene di essere penalizzato dall'abusivismo e dalla contraffazione. Il dato è leggermente inferiore a quello nazionale pari al 60,1%.
3. **CENTRO:** Il 63,2% delle imprese del terziario del Centro ritiene di essere penalizzato dall'abusivismo e dalla contraffazione. Il dato è superiore a quello nazionale pari al 60,1%.
4. **SUD E ISOLE:** Il 65,7% delle imprese del terziario del Sud e Isole ritiene di essere penalizzato dall'abusivismo e dalla contraffazione. Il dato è superiore a quello nazionale pari al 60,1%.

¹⁰ Fonte: <https://www.confcommercio.it/-/giornata-legalita-ci-piace-2025>

Secondo i dati del **Rapporto IPERICO 2024**¹¹ del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, tra il 2008 e il 2023 sono stati oltre **241 mila i sequestri** per contraffazione e circa **700 milioni di pezzi sequestrati** per un valore complessivo stimato di **oltre 6,1 miliardi di euro**.

La **Moda** si conferma al primo posto della speciale classifica dei prodotti maggiormente interessati dal fenomeno criminale: **Accessori** di abbigliamento (31,6%), **Abbigliamento** (24,9%) e **Calzature** (12,4%), pari al **68,9%** del totale dei sequestri.

Il valore economico stimato dei prodotti del settore moda sequestrati per contraffazione negli ultimi 15 anni presi in considerazione è pari a **3,4 miliardi di Euro** (pari al **57,1%** del valore complessivo di oltre 6,1 miliardi di euro). Le categorie merceologiche per le quali si è registrato il maggior valore stimato di prodotti contraffatti sequestrati appartengono al settore Moda: **Accessori** Abbigliamento (31,7%), **Abbigliamento** (16,2%) e **Calzature** (6,6%).

Nel **2023** il **numero dei sequestri per Contraffazione** effettuati da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, al netto delle operazioni congiunte, era pari a **14.309**. L'**Emilia-Romagna** nel 2023 è la regione in Italia in cui sono stati rilevati il maggiore numero di sequestri (23,8% sul totale annuo per quasi 4.210 sequestri con un aumento +48% rispetto al 2022), seguita dalla **Lombardia** (18,1% sul 2023 e +3% rispetto al 2022), **Campania** (12,4% sul 2023 e +23% rispetto al 2022), **Sicilia** (10,6% sul 2023 e +63% rispetto al 2022) e **Lazio** (6,0% sul 2023 e -35% rispetto al 2022).

¹¹ Fonte Rapporto IPERICO - Il database integrato sull'attività di contrasto alla contraffazione realizzato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy: <https://www.uibm.gov.it/iperico/>

Le prime cinque regioni raggiungono il **70,8%** del totale dei sequestri 2023, rispetto al resto delle regioni

I **primi dieci capoluoghi** (Bologna, Napoli, Milano, Catania, Roma, Varese, Bergamo, Sassari, Bari e Torino) occupano **oltre il 69,8% del totale numero di sequestri del 2023** rispetto al resto delle città italiane: tra queste province emergono i più grandi centri metropolitani come **Napoli** (9,2%), **Milano** (9,1%), **Catania** (7,2%) e **Roma** (5,5%), ma anche capoluoghi vicini ad aeroporti e porti internazionali dal Nord al Sud Italia.

10 MOTIVI PER CONVINCERTI A NON COMPRARE PRODOTTI FALSI

Sicurezza della salute

I prodotti contraffatti non seguono processi produttivi a norma di legge e controllati, con conseguenti inevitabili **rischi per la salute** di chi indossa o utilizza il prodotto contraffatto, causati da agenti chimici, coloranti e collanti (**allergenici o addirittura cancerogeni**), utilizzati nella lavorazione dei prodotti tessili, della pelletteria e delle calzature

Sanzioni

Acquistare prodotti falsi comporta una **sanzione per l'acquirente finale da 100 euro a 7.000 euro**

Qualità/prezzo

La qualità di un prodotto contraffatto corrisponderà al prezzo pagato dal consumatore sia in termini di scarsa fattura dello stesso, sia per la mancanza di garanzie di qualità, di assenza di difetti e di assistenza post vendita

Fisco

L'industria del falso produce un danno allo Stato, sottraendo all'erario una quota significativa di gettito a causa della **diminuzione delle entrate, dell'evasione fiscale e di quella contributiva**

Occupazione

Contraffazione ed abusivismo contribuiscono allo sfruttamento della **manodopera clandestina**, del lavoro **sommerso** e del lavoro **minorile** sottraendo importanti spazi all'economia regolare

Concorrenza sleale

Vengono **danneggiati gli imprenditori che pagano le tasse. Quegli imprenditori che producono** nel rispetto delle leggi ed investono in ricerca, sviluppo, innovazione ed immagine; **quegli imprenditori che vendono nei negozi tradizionali** prodotti originali e *Made in Italy* con valore pari a quelli delle false griffe. **Un mercato senza legge è un mercato fuori legge**

Ricadute sociali

Sono rilevanti i danni in termini di **manca nza di sicurezza nei luoghi di lavoro**, delle tutele dei lavoratori occupati nell'industria del falso e nella vendita abusiva di prodotti taroccati (**assenza di tutele sanitarie, previdenziali, per infortuni sul lavoro, per orari e salubrità dei luoghi di lavoro**)

Aspetto penale

Contraffazione ed abusivismo sono troppo spesso ed a torto considerati **“reati minori”**.

Criminalità

Contraffazione ed abusivismo **alimentano la malavita ed arricchiscono la criminalità organizzata**

Aspetto etico-sociale

è evidente l'**assenza della cultura della legalità ed un inaccettabile atteggiamento assolutorio verso chi compra**

I CONSIGLI DI FEDERAZIONE MODA ITALIA

CONTROLLA IL PREZZO

Un prezzo troppo basso rispetto al prezzo di mercato dello stesso prodotto è il primo indicatore che deve mettere in allerta dall'acquisto di prodotti falsi

PRESTA ATTENZIONE ALL'ETICHETTA

L'etichetta rappresenta la carta d'identità di un prodotto di moda. Dall'etichetta è possibile scoprire i "furti d'identità"

COMPRA SOLO NEI NEGOZI DI FIDUCIA E NEI SITI SICURI

Il prodotto deve poter essere visto, toccato e provato nei negozi fisici e illustrato nei particolari in quelli virtuali

RECUPERA INFORMAZIONI SUL VENDITORE E SUI PRODOTTI, PRIMA DI EFFETTUARE UN ACQUISTO IN SITI NON CONOSCIUTI

La pessima reputazione di un venditore in qualsiasi canale di vendita è spesso un indicatore essenziale per una scelta consapevole.

DIRITTI DI INFORMAZIONE E DI RECESSO NELLE VENDITE ON LINE

Nel caso di **compravendita a distanza** (e, ad esempio, nella frequentissima **vendita on-line**), il consumatore ha una serie di **diritti supplementari rispetto a quelli rintracciabili nella vendita ordinaria**.

E' previsto, infatti, un diritto di **recesso *ad nutum* entro 14 giorni** di tempo **dalla consegna** del bene (**cioè senza fornire alcuna spiegazione al venditore**) e **senza dover sopportare alcun costo**.

Il venditore è inoltre soggetto ad **obblighi informativi** (ad esempio: sull'esistenza del diritto di recesso, sulle modalità di pagamento, ecc...).



FEDERAZIONE MODA ITALIA



COMPRA

FEDERAZIONE MODA ITALIA



ORIGINALE

www.federazionemodaitalia.it