Peers Say NO

NUMERO 6 OTTOBRE 2018

IN QUESTO NUMERO

L'Editoriale

Labortori e video: Peers Say No entra nel vivo

La parola del mese: Italian Sounding

Lo sapevi che...

L'Editoriale. Non solo "Peers Say No"

Le nuove generazioni sempre più al centro nella lotta alla contraffazione. Il Progetto "Peers Say No", infatti, fa parte di un gruppo di progetti finalizzati a una maggiore informazione e sensibilizzazione dei ragazzi sulla proprietà intellettuale e all'educazione alla legalità.

L'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), l'ente incaricato di gestire i marchi dell'Unione europea e i disegni e modelli comunitari registrati, ha attribuito un finanziamento anche ad un altro progetto italiano rivolto ai giovani, nell'ambito dell'obiettivo Reaching younger generations and citizens del Programma. "ESPRIT – Engage the Society on the Rights of Intellectual Property" ha come capofila la società di consulenza e comunicazione integrata P&Co., come partner l'Università LUISS Guido Carli e lo Studio legale DIKE Legal, per l'organizzazione di un ciclo di appuntamenti rivolto ai ragazzi sull'importanza della proprietà intellettuale.

È rivolto a tutti i giovani interessati di età compresa tra i 14 e i 24 anni (fino ai 30 come uditori previa iscrizione e disponibilità di posti) e prevede lo svolgimento di due attività formative: un workshop musicale e una serie di simulazioni processuali (Mock Trials).

Il workshop musicale si è svolto a Roma il 3, 4 e 5 ottobre presso l'Officina delle Arti Pier Paolo Pasolini. L'attività ha permesso a 50 ragazzi di seguire, passo dopo passo, la creazione, interpretazione, produzione e diffusione di un'opera musicale e la sua tutela, affrontando, nello specifico, i temi legati alla tutela del diritto d'autore e dei diritti connessi, alla produzione e distribuzione dell'opera musicale tramite canali digitali e non, e alla pirateria.

Parallelamente, i racconti delle esperienze di personalità importanti del settore musicale discografico e un corso teorico hanno fornito le nozioni base sulla proprietà intellettuale e sul valore della tutela.

Workshop e simulazioni processuali

La seconda attività di progetto, i Mock Trials, avrà luogo a Roma il 9 e il 23 novembre e poi ancora il 14 dicembre, presso la sede LUISS di Viale Pola; a Milano si terrà il 14 dicembre presso il LUISS Hub.

Per quattro giornate, 70 studenti prenderanno parte alle simulazioni processuali di contenziosi in tema di marchi e design. Saranno riprodotte le procedure di opposizione innanzi all'EUIPO e alcuni dei procedimenti innanzi alle autorità nazionali. Ciò consentirà agli studenti di applicare quanto appreso durante il loro percorso di studio e aggiungere alla propria formazione accademica un'esperienza pratica.

Per ricevere maggiori info e/o iscriversi ai Mock Trials potete contattare il Project Team al seguente indirizzo e-mail: espritproject@pezzilli.com.

ESPRIT

Supported by:
EUIPO EUROPEAN UNION INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE
ideas powered
ADICONSUM
SKUOLA.net
IC via Micheli Roma

Laboratori e video: Peers Say No entra nel vivo

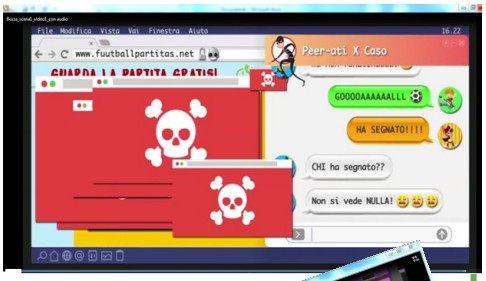
Sono partiti i laboratori creativi dei Peer educators del progetto Peers Say NO. Il 17,18 e 22 ottobre si sono tenuti gli incontri di tre esperti Adiconsum con i ragazzi di dieci classi tra scuola primaria e secondaria di primo grado, per spiegare il valore della proprietà intellettuale e i tanti, buoni motivi per promuoverla e proteggerla.

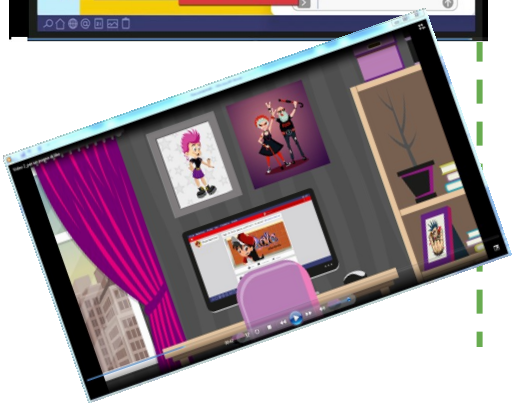
Oltre 220 ragazzi hanno seguito con interesse e fatto domande, portato testimonianze, esposto dubbi sui tanti aspetti che riguardano la Proprietà intellettuale nelle sue varie forme: al centro dell'attenzione, Internet e i Social media, i videogiochi, i prodotti contraffatti di abbigliamento e accessori.

Con l'ausilio di un campionario di prodotti, **i ragazzi si sono cimentati nel distinguere il vero dal contraffatto**, ma anche nell'elencare i danni sociali, economici e ambientali delle produzioni illegali, con un occhio anche all'aspetto individuale della sicurezza e tutela del consumatore.

Sono stati presentati due video educativi e proposti giochi didattici su pirateria e contraffazione, italian sounding e copyright, anche con un occhio ai social media e ai consumi specifici dei ragazzi in ambito musicale, sportivo, cinematografico, dei giochi e di intrattenimento in generale. A ciascuna Classe, che costituisce un Team di P.E., è stato donato un Tablet come strumento di lavoro multimediale

Le 10 squadre di Peer Educators hanno dunque iniziato la loro attività nella realizzazione dei loro lavori creativi per diffondere il messaggio ad altri ragazzi ed altre scuole: realizzeranno interviste, cartelloni, decaloghi, video e lavori grafici, slogan, canzoni ed altro: saranno tutti pubblicati e presentati il 12 dicembre all'evento finale che si terrà a Roma nel teatro della scuola Guido Alessi di Via Flaminia.





"Sono partiti i laboratori creativi dei Peer educators del progetto Peers Say NO"

Tutte le informazioni sul progetto nel sito: ww.ioscelgoautentico.net.

La parola del mese: Italian Sounding

Italian Sounding

La cucina italiana, si sa, piace a tutto il mondo e i nostri prodotti della tradizione, insieme alle ricette della dieta mediterranea sono tra le più ricercate (e copiate) anche all'estero.

Per questo molte aziende straniere, hanno provato a trarre vantaggio da cibi che sembrano italiani ma in realtà non lo sono. Questo fenomeno è chiamato Italian Sounding.

Denominazioni geografiche, immagini, colori e marchi che evocano l'Italia, e chi più ne ha più ne metta, pur di copiare lo stile del Belpaese e indurre il consumatore ad associare l'imitazione al prodotto autentico italiano. Alcuni esempi? Il Parmesan, che imita il Parmigiano Reggiano, Mozarella, che viene spacciata per mozzarella di bufala, Salsa Pomarola, venduta in argentina, Zottarella prodotta in Germania, e Spagheroni olandesi.

Due prodotti su tre che "suonano italiano" sono venduti all'estero, in concorrenza sleale con i veri prodotti italiani: si tratta di prodotti di bassa qualità e molto distanti dagli ingredienti originali che però producono un giro d'affari che si stima attorno ai 54 miliardi di euro l'anno:

"147 milioni di euro al giorno, oltre il doppio dell'attuale valore delle esportazioni italiane di prodotti agroalimentari (23 miliardi di euro), afferma l'UIBM.

Grave il danno per l'economia nazionale. Federalimentare denuncia che il danno per le imprese ammonta a circa 60 miliardi di euro, ma c'è chi afferma che il vero valore del fenomeno italian sounding sia più vicino ai 70 miliardi di dollari.

"Se un prodotto estero reca insegne, nome e caratteristiche che suggeriscono ingannevolmente l'origine italiana"

"Prodotti di bassa qualità e molto distanti dagli ingredienti originali che però producono un giro d'affari che si stima attorno ai 54 miliardi di euro l'anno"

Contraffazione vs Italian Sounding

A volte si tratta di vera e propria contraffazione, con imitazione del marchio e della confezione di un prodotto italiano, altre volte solamente di bandiere tricolore o nomi italianeggianti, altre volte di fantasiose quanto improbabili imitazioni "sfacciate", come i kit per produrre in casa vino pregiato italiano, con polverine che vengono ingannevolmente ricondotte a vitigni italiani.

Federalimentare precisa che la contraffazione "riguarda prevalentemente illeciti relativi alla violazione del marchio registrato, delle denominazioni di origine (DOP, IGP, ecc.), del logo, del design, del copyright, fino ad arrivare alla contraffazione del prodotto stesso" ed è legalmente impugnabile e sanzionabile. Il fenomeno Italian Sounding, invece, "fa riferimento all'imitazione di un prodotto/denominazione/marchio attraverso un richiamo alla presunta italianità che non trova fondamento nel

prodotto stesso" e non è perseguibile.

La maggior parte delle imitazioni si concentra dall'altra parte dell'Oceano Atlantico. Stati Uniti – in testa alla classifica - e Sud America sono infatti tra i Paesi che più di tutti producono e commercializzano falsi Made in Italy. Ma si tratta di una pratica diffusa anche in Australia, Canada, Sud America, Thailandia, Corea, Russia e, persino, tra i Paesi dell'Unione Europea. Coldiretti ha, infatti, rilevato parecchi prodotti contraffatti anche in Germania, Paesi Bassi, Croazia, Ungheria, Spagna e Romania, nonostante la protezione comunitaria dei prodotti italiani Dop e Igp.

L'imitazione è più raffinata della contraffazione e nei paesi dove le denominazione di origine non sono riconosciute o non sono tutelate è difficile da combattere. Per questo è necessaria una ingente spesa per contrastarla, in sede Europea e sui vari mercati mondiali. Ma servono anche interventi normativi, procedure e reti di controllo, oltre a una grande informazione dei consumatori.

"La maggior parte delle imitazioni si concentra dall'altra parte dell'Oceano Atlantico. Stati Uniti – in testa alla classifica - e Sud America

Lo sapevi che...

Anche la musica si può contraffare e quando succede si parla più precisamente di "plagio". A lungo infatti i due termini sono stati accostati erroneamente. In realtà tra contraffazione e plagio vi è una differenza sostanziale. Infatti, quando si parla di plagio, si indica l'azione di chi si appropria di un'opera altrui, o di una sua parte e/o di una sua elaborazione, usurpandone la paternità (ovvero dichiarandosene autore).

La contraffazione invece presuppone lo sfruttamento economico dell'opera (esattamente quella e non una simile o fortemente ispirata a quella) che avviene senza il consenso dell'autore (p.e. la pirateria discografica: qualcuno pone in commercio copie abusive delle mie composizioni).

Il plagio si può realizzare in varie forme: per esempio attraverso la riproduzione totale e parziale dell'opera originaria, attraverso una sua elaborazione non creativa, oppure creativa ma abusiva e usurpatrice di paternità e camuffata attraverso un lavoro di ritaglio, di trasferimento, o di cambiamenti meramente formali; attraverso la trasformazione da una in altra forma, per esempio da forma letteraria ad artistica o viceversa.

La contraffazione in ambito musicale si ricollega più strettamente alla pirateria.

Il fenomeno, che negli anni passati rischiava di compromettere seriamente il lavoro creativo degli artisti, appara oggi in riduzione. Secondo le ricerche di IFPI, Federazione Internazionale dell'Industria Musicale, in Italia infatti la pirateria musicale è scesa dal 39% del 2014 al 20% dell'aprile 2018.

Decine di piattaforme illegali e milioni di file pirata sono stati infatti da una parte bloccati dall'azione delle Autorità, dall'altra, l'affermazione di una vasta offerta di musica legale online ha portato a una riduzione dei download illegali tramite Torrent (21,9% nell'ultimo anno), così come è crollato al 14% l'accesso alle piattaforme cyberlocker.

Lo streaming legale piace alle generazioni più giovani: le app di musica (YouTube e Spotify su tutte) sono riuscite a trovare il modo per schiacciare la pirateria grazie soprattutto alla scelta davvero vasta di ascolto.

http://www.ioscelgoautentico.net

Tel: 0644170260

Il progetto europeo "PEERS SAY NO" sui temi della proprietà intellettuale, della contraffazione e dell'educazione alla legalità, è dedicato ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie di primo grado. Il progetto ha come obiettivo di informarli e renderli consapevoli del fatto che la proprietà intellettuale è importante anzitutto per la sicurezza e la qualità della vita quotidiana, ma anche per la ricerca scientifica e medica, per il progresso tecnologico, per la produzione culturale, la moda, il design, l'intrattenimento. Senza questa tutela, si corrono pericoli, si perdono posti di lavoro, chiudono le aziende.

E' in gioco il futuro del nostro Paese e di ciascuno di noi.