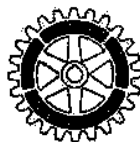


ROTARY CLUB DI MILANO-PORTA VERCELLINA

20121 MILANO
via Senato, 6
Telefono 799'431



RIUNIONI
Tutti i lunedì del mese
ore 12,45
CIRCOLO DELLA STAMPA
Corso Venezia, 16-Milano

BOLLETTINO N. 14 - 1982/83

=====

RIUNIONE CONVIVIALE DEL 18 NOVEMBRE 1982

Presidente. TOZZI SPADONI
Segretario: MENAFOGLIO

Presenti: AGNIFILI e Signora = ALLEGRENI e Signora =
AMATO e Signora = ARTESI e Signora = BANI
e Signora = BANFI e Signora = BENNATI e Signora =
BOSSI e Signora = BURZIO e Signora =
CALIMANI e Signora = CAPELLA e Signora =
COLLAVO e Signora = COLOMBI e Signora =
DE MOJANA e Signora = DRUGMAN e Signora
MASSIMINI e Signora = MENAFOGLIO = MEZ-
ZETTI = SALVINI = SANVITO e Signora = SCA-
RALDI G. e Signora = STRAGELLI e Signora =
TOZZI SPADONI e Signora = VALERIO e Signora =
VAUDO e Signora = VENTURINO e Signora =
VITALI e Signora.

Soci in congedo : ENRICO = FASSATI.

Percentuale di presenza: 57,45%

Visitatori rotariani:

Dr. Paolo CELLA, e Sig.ra, R. C. Milano Nord
Prof. I. R. BELLOBONO, R. C. Milano Ovest
A. DE ADAMICH e Sig.ra, R. C. MI-Sempione

Ospiti: Sig.ra Roberta CASSOL, Amm. ce della Gucci
Sig. Franco GITTARDI, Dir. Sede Milano Gucci
Dr. Carlo MEZZANOTTE - Studio brevetti Jacobacci
Dr. Luigi BANA)
Prof. BAREGGI e S.ra,) ospiti di Bana
Sig. BAROSI e S.ra,) ospiti di Sanvito
Dr. Alessio GORLA e Sig.ra
Dr. PORETTI e Sig.ra
Dott. BRACHETTI e Sig.ra

Il Presidente TOZZI SPADONI apre la riunione salutando gli ospiti ed i visitatori.

La riunione odierna è dedicata ad un fenomeno che si colloca a cavallo tra il campo mondano e quello industriale ed economico; la moda da una parte, abbigliamento, oggetti di uso personale, la contraffazione dall'altra. La prima rispecchia una situazione di costume e di civiltà, interessando il campo della cultura e dell'economia, la seconda è un fatto essenzialmente commerciale che sfrutta la moda a fini di guadagno e non rappresenta un fatto culturale, ma solo industriale con non poche conseguenze sulla sfera dell'economia e del mondo del lavoro e con implicazioni giuridiche e legali di notevole entità.

Ma cos'è la contraffazione nel campo della moda?

Se tutti, più o meno, sanno cos'è la moda, o quando un oggetto fa moda, non tutti e forse pochissimi riescono a rendersi conto in che cosa un determinato oggetto non è genuino, ma un falso, cioè un oggetto che si spaccia come avente le stesse caratteristiche di quello originale, pur essendone carente in qualcuna.

Il nostro BANA ha cercato durante la riunione di indagare questo concetto, chiedendo l'apporto dei presenti soprattutto di quelli che lavorano nel campo della moda come GUCCI, DE ADAMICH, MEZZANOTTE, etc.

Ed il concetto di contraffazione non è certo semplice da definire soprattutto nel campo giuridico, anche se già dal tempo degli antichi romani si presentò questo problema sotto Silla con l'emanazione della "Lex Cornelia de falsis".

Nel corso dei secoli si sono avuti innumerevoli esempi di contraffazioni ed è verso il 1850 che se ne vede il primo rapporto con la moda. Nel 1935 si apre la prima lotta contro i contraffattori nel campo tessile, conclusasi con la condanna dei produttori della zona di Como che copiavano i tessuti di moda importati dalla Francia imitandone il disegno, ma realizzandoli con materiali di bassissima qualità.

La patria della contraffazione è la stessa di quella della moda : Italia e Francia. Soprattutto nel nostro Paese questa industria ha visto negli ultimi anni uno sviluppo impressionante sfruttando lo spirito di iniziativa e l'inventiva propri del nostro popolo. Si può affermare che là dove nascono le idee di avanguardia, nascono pure gli imitatori che offrono un prodotto apparentemente uguale ma sostanzialmente diverso.

La difesa da questa situazione percorre diverse vie; quella del marchio di fabbrica, quella legale, etc. Per identificare la contraffazione è necessario definire quali caratteristiche sono proprie di un oggetto che fa moda; qui le opinioni sono discordanti (come abbiamo potuto constatare dai vari interventi dei presenti).

BANA prende in considerazione l'eleganza; la moda e anche l'eleganza o l'eleganza può anche diventare moda? Non sempre le due cose vanno d'accordo; spesso la moda è solo uno "status symbol" e come tale può essere contraffatta, perchè chi compra aspira ad un capo di vestiario solo per quello che rappresenta e non per le sue qualità concrete. Il compratore è quindi cosciente di acquistare una imitazione, ma lo fa di buon grado perchè raggiunge il suo scopo ad un prezzo decisamente più basso. La società dei consumi ricerca i suoi idoli e per questo la moda cambia rapidamente; se un prodotto dura troppo passa di moda e se non è contraffatto non rappresenta la moda.

Di parere diverso la Signora CASSOL : il marchio di fabbrica è una garanzia di qualità nonostante i cambiamenti della moda. Chi compra un oggetto con un marchio, sa di comprare qualcosa che vale, sa che può fidarsi del prodotto, non compra solo lo "status symbol".

Per DE ADAMICH il consumatore non è più impreparato come una volta; attraverso il marchio identifica il prodotto e stabilisce il legame qualità-prezzo; anche il marchio fa moda e garanti-

sce una scala di qualità legata al prezzo.

Per CALIMANI tra consumismo e contraffazione non vi è un rapporto di causa ed effetto. Quest'ultima viene incontro alle esigenze del compratore (soprattutto con bassa disponibilità economica) immettendo sul mercato un prodotto richiesto a prezzo più basso.

La moda è quindi "status symbol", qualità, prezzo, marchio di fabbrica, etc.

Qualunque sia il punto di vista, una cosa è certa: bisogna limitare il fenomeno della contraffazione che nuoce alla nostra economia. Questo va fatto in campo giuridico, a livello di Comunità Europea, per tutelarsi nei confronti del Medio ed Estremo Oriente (Giappone) ed a livello legale in Italia per evitare che le continue amnistie e condoni lascino impunito chi, con prodotti contraffatti, danneggia soprattutto i detentori di un marchio che rappresentano una forza produttiva notevole anche nei confronti dell'esportazione.

Interventi di:

Signora Roberta CASSOL, Dott. MEZZANOTTE, DE ADAMICHI,
CALIMANI, MASSIMINI, SALVINI, Signora SANVITO, Sig. Franco
GITTARDI, VAUDO, ARTESI