

17 marzo 2016 13:46

## **ITALIA: Prodotti contraffatti. Antitrust e Gdf oscurano 174 siti web**

Nuovo intervento dell'Antitrust a tutela dei consumatori che acquistano sul web prodotti contraffatti di marchi famosi, ritenendoli originali. Con 6 distinti provvedimenti, l'Autorità aveva intimato ad altrettanti operatori commerciali, tutti di nazionalità extra-europea, di sospendere entro due giorni ogni attività diretta a vendere su Internet articoli di questo genere. Gli interessati non si sono adeguati alle prescrizioni e perciò l'Agcm ha disposto l'oscuramento di 174 siti sul territorio italiano, con la collaborazione del Nucleo speciale Antitrust della Guardia di Finanza.

In seguito alle segnalazioni presentate da Adoc e Indicam (organismo di Centromarca che combatte la contraffazione), l'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato aveva accertato che gli operatori spacciavano per autentici prodotti di varia natura:

- occhiali da sole di note marche, spesso pericolosi e con alcune caratteristiche, come la protezione ai raggi UV e la qualità delle lenti, che non risponderrebbero alle effettive caratteristiche dei prodotti offerti;
- scarpe da passeggio e da ginnastica (messe in vendita con i marchi contraffatti di Nike, Timberland, Gucci, Fendi, Michael Kors), destinate anche ai bambini, in numerosi campioni di calzature importate dalla Cina, fra cui scarpe e scarpine anche per bambini, con percentuali allarmanti di cromo esavalente, sostanza altamente cancerogena;
- capi di abbigliamento di famose griffe, contaminati in quanto tinti con sostanze chimiche pericolose che possono alterare anche il sistema ormonale dell'uomo;
- prodotti di bigiotteria e orologi di gran moda ( Tiffany, Gucci, Fendi, Michael Kors) spacciati per argento e realizzati in una lega rame/zinco con rivestimento galvanico in nichel, composizione metallica che provoca spesso allergie e bruciature.

I consumatori erano tratti in inganno dalla struttura dei siti, predisposti in modo da apparire rivenditori ufficiali dei marchi e dei prodotti pubblicizzati: non solo i nomi, ma anche le immagini e le foto inserite, a fronte di sconti consistenti rispetto ai prezzi ufficiali, tendevano a rendere credibili le offerte. Per l'allestimento e per la grafica, questi siti risultavano su Internet cloni di quelli originali, senza fornire le informazioni prescritte dalla legge sui diritti degli acquirenti in tema di recesso, ripensamento e garanzia.