

La contraffazione è un danno per tutti, per l'economia del Paese, un furto per le imprese italiane e per l'immagine del Made in Italy, un rischio diretto per la salute dei cittadini e la sicurezza dei consumatori.

Il Governo italiano è impegnato nella valorizzazione del sistema di Proprietà Industriale e nella tutela dell'originalità, dello stile e della qualità del Made in Italy. Il mercato del falso rappresenta una pesante ipoteca sulla competitività delle imprese e un rischio per la sicurezza dei consumatori, che alimenta la criminalità organizzata e il lavoro nero.

Con la contraffazione perde tutta l'Italia, per questo è importante sensibilizzare e informare cittadini e imprese sul fenomeno mostrando perché "Il falso non ha senso".

Conoscenza e informazione divengono così le due parole chiave che questa Mostra interpreta e promuove con una formula innovativa, attraverso un percorso espositivo che valorizza la qualità e l'originalità dei prodotti italiani.

Il visitatore viene così accompagnato in un percorso espositivo che privilegia l'esperienza visiva, tattile, olfattiva, uditiva e gustativa: un itinerario nel quale ogni settore merceologico si distingue per la valorizzazione di uno dei cinque sensi, per una esperienza omnisensoriale e percettiva.

L'udito: i motori

Il tatto: i tessuti, il fashion e il luxury

La vista: le linee, il design industriale e artigianale, i giocattoli

L'olfatto: le fragranze e i prodotti di bellezza

Il gusto: i sapori, la cultura del cibo

Il sesto senso non è in mostra: è affidato alla coscienza di ciascuno affinché ci si orienti verso un comportamento più responsabile e consapevole

Il concept della mostra è stato ideato da Gianni Quaranta, scenografo e premio Oscar, ispirandosi alle opere dell'artista Angelo Bucarelli.



www.sviluppoeconomico.gov.it

www.uibm.gov.it

www.ilfalsoonhasenso.it



IL FALSO NON HA SENSO

**UNA MOSTRA
CONTRO LA
CONTRAFFAZIONE
IN TUTTI I SENSI.**

GUIDA ALLA MOSTRA

**ROMA FONDAZIONE MEMMO
PALAZZO RUSPOLI
VIA DEL CORSO 418, ROMA
13 GENNAIO - 6 FEBBRAIO 2011
INGRESSO GRATUITO**





Sala 1 **Udito: motori**

Motori dell'ultima generazione, per auto di lusso veloci, fiammanti e sicure: ecco i protagonisti della Sala 1, dove l'udito è il senso predominante.

Il settore automotive è fra quelli che registrano il maggiore incremento nel mercato del falso: i prodotti immessi nel mercato sono privi delle minime norme di sicurezza, oltre a mancare in qualità. I rischi per la salute e la sicurezza dei consumatori sono altissimi.

Lamborghini

Sala 2 **Il tatto: i tessuti, il fashion e il luxury**

Tessuti pregiati per capi unici realizzati con cura sartoriale, linee e tagli sapienti, rappresentano il fiore all'occhiello della produzione italiana, stimata, riconosciuta e apprezzata in tutto il mondo.

Il settore del fashion è oggi duramente colpito dal mercato del falso, un fenomeno che svilisce la qualità, valore intrinseco dei prodotti originali.

La creatività italiana e il pregio dei capi di abbigliamento sono protagonisti di questa sala, esaltati dal senso del tatto e testimoni di un patrimonio inestimabile.

Cavalli, Fendi, Gucci, Dainese, Versace

Sala 3 **Vista: le linee e i colori, il design e i giocattoli.**

Tradizione e avanguardia: due valori per rappresentare i brand protagonisti della Sala 3 che racconta dell'inconfondibile design e della creatività italiane, oltre che della sapiente tradizione nei processi di lavorazione.

La perfezione delle linee, le soluzioni di design più innovative, la ricerca dei materiali, l'attenzione per la sicurezza, l'impiego di composti pregiati ed esclusivi: la vista è il senso a cui è affidata la rappresentazione del design e del mondo dei giochi per i più piccoli.

Artemide, Atlas Concorde, Assicor, Il Giuri del gioiello by Assicor, Cisgem, Bticino, Giochi Preziosi, Look Occhiali, Luxottica, Nuova Faro, Safilo, Trudi

Sala 4 **L'olfatto: le fragranze e i prodotti di bellezza**

L'olfatto è il senso al quale viene affidata l'esaltazione delle fragranze più ricercate e delle formule tecnologicamente più avanzate.

I prodotti falsi espongono i consumatori a notevoli rischi per la salute: la qualità è inevitabilmente scarsa o assente, gli ingredienti non sicuri e sottoposti ai rigorosi controlli richiesti. Il risultato sono prodotti che possono provocare reazioni allergiche o addirittura tossiche.

Cavalli, Versace

Sala 5 **Il gusto: il sapore, i prodotti dell'agroalimentare**

Il culto del cibo. È il Made in Italy più riconosciuto, diffuso ed apprezzato nel mondo, sinonimo di tradizione, autenticità e genuinità.

Processi di lavorazione artigianali, cura nella scelta delle materie prime, tipiche ed uniche in ragione del territorio di provenienza e produzione, sapori unici ed esclusivi.

Un'intera sala, la 5, dedicata alla più diffusa riconoscibilità dell'Italia e delle sue imprese nel mondo, ovvero la cultura del cibo. La genuinità dei prodotti, la notorietà e l'affidabilità di marchi storici sono un bersaglio per la contraffazione, che causa, quanto mai in questo settore, rilevanti rischi per la salute e la sicurezza dei consumatori.

Asiago, Ferrero, Parmigiano Reggiano, Prosciutto Di Parma

Sale 6 - 9 **Istituzioni**

Le istituzioni italiane sono impegnate nella lotta alla contraffazione attraverso iniziative di tutela dei cittadini e delle imprese; progetti di difesa e promozione degli assets della Proprietà Industriale; programmi di cooperazione e collaborazione, di promozione dell'innovazione e della ricerca, di comunicazione e sensibilizzazione.

Iniziative integrate ed efficaci che possono essere realizzate al meglio solo attraverso una intensa collaborazione tra tutti gli interlocutori a diverso titoli coinvolti nel contrasto al mercato del falso.

Ministero dello Sviluppo Economico, Unioncamere, Guardia di Finanza, Agenzia delle Dogane, Poligrafico dello Stato, Università Sapienza di Roma - Cattid