

Elision
BRAND VALUE SOLUTIONS

The IoT
Company
by Tesisquare®

**GREY MARKET E LOTTA
ALLA CONTRAFFAZIONE**



GREY MARKET

La **contraffazione** (o **mercato nero**) si riferisce alla produzione e vendita di prodotti falsificati che violano i diritti di proprietà intellettuale di un'azienda. Questi prodotti possono essere dannosi per i consumatori e possono causare perdite finanziarie significative alle aziende originali.

Accanto a queste due forme di commercio e vendita di prodotti non autorizzati, vi è poi una terza forma di mercato che si muove ancora in zone d'ombra e che riguarda la **sovraproduzione di beni non autorizzata dai brand**.

Il **mercato grigio** (spesso indicato anche come **mercato parallelo**) si riferisce alla vendita di beni o servizi al di fuori dei canali di distribuzione ufficiali di un produttore.

Questo può includere la vendita di beni contraffatti, di prodotti importati illegalmente o di prodotti di seconda mano che vengono venduti come nuovi. Questo tipo di attività è spesso motivato dal desiderio di ottenere profitti più elevati rispetto ai canali ufficiali di distribuzione, ma può anche causare problemi di controllo della qualità e di garanzia del prodotto.

Si parla di sovraproduzione non autorizzata in tutti quei casi in cui la filiera di fornitura di un brand, molto spesso costituita da aziende non di proprietà del brand stesso (i cosiddetti subfornitori), riesce per molteplici motivi a realizzare un numero di prodotti superiore a quanti effettivamente commissionati dal cliente (magari tramite un'attenta gestione dei materiali oppure integrando i materiali assegnati loro con ulteriori forniture) e quindi immette direttamente sul mercato, tramite canali non autorizzati né controllati, tale eccesso di produzione.

LO SCENARIO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

La diffusione del mercato parallelo può avere diversi motivi, come la **ricerca di prezzi più bassi**, la **disponibilità di prodotti** non disponibili in modo ufficiale o la **mancanza di fiducia** nel canale di distribuzione ufficiale.

Il mercato parallelo può anche essere alimentato da una domanda insoddisfatta in certe regioni geografiche o da una scarsa disponibilità di prodotti.

Tuttavia, il mercato parallelo può avere effetti negativi sulla **salute dei consumatori**, sulla **sicurezza dei prodotti** e sull'**economia in generale**. La vendita di prodotti contraffatti o di bassa qualità può rappresentare un rischio per la salute dei consumatori, mentre la mancanza di tasse e di imposte sulle vendite può causare danni all'economia e alla concorrenza.

Questo fenomeno può interessare diversi settori industriali, ma è **particolarmente diffuso in quelli ad alta tecnologia**, come l'elettronica e l'informatica, dove

i prodotti contraffatti possono essere facilmente **fabbricati e venduti a basso costo**. Altri settori industriali in cui il mercato parallelo è diffuso sono quelli dell'**abbigliamento**, della **cosmesi** e della **pelletteria**. Le percentuali del mercato parallelo possono variare a seconda del paese e del settore industriale preso in considerazione.

Tuttavia, secondo una stima dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), il **mercato parallelo rappresenta circa il 10% del commercio mondiale**.

In alcuni paesi in via di sviluppo, la percentuale del mercato parallelo può superare il **50%**, soprattutto in settori come l'abbigliamento, l'elettronica e i prodotti alimentari.

In Europa, invece, la percentuale del mercato parallelo è stimata intorno al **7% del commercio complessivo**, con le maggiori proporzioni riscontrate nei settori dell'abbigliamento, della cosmetica e dei prodotti per la casa.

CONTRASTARE LA DIFFUSIONE DEL MERCATO PARALLELO

Per **contrastare la diffusione del mercato parallelo**, i produttori possono adottare diverse strategie, come la **riduzione dei prezzi dei loro prodotti**, la **distribuzione diretta ai consumatori** o la **collaborazione con le autorità** per prevenire la contraffazione. Le **autorità** possono anche adottare misure come l'**aumento delle sanzioni** per la vendita di prodotti contraffatti o l'**aumento dei controlli doganali** per prevenire l'importazione illegale di prodotti.

Sono molti gli **strumenti** a disposizione dei brand per cercare di contrastare il fenomeno del grey market limitando

perdite e danni d'immagine. La prima misura da introdurre sarebbe quella di **rafforzare la governance della catena di approvvigionamento**, evitando che i prodotti possano essere venduti al di fuori dei canali ufficiali. Fondamentale è poi l'utilizzo di **strumenti tecnologici per la marcatura dei prodotti** e la **tracciabilità del prodotto dalla fabbrica fino all'utente finale**. In questo senso dotare ogni singolo prodotto di un **certificato di autenticità** rappresenta lo strumento perfetto e il presupposto fondamentale per garantirne la tracciabilità e l'autenticità lungo tutta la filiera non solo produttiva ma anche e soprattutto distributiva.



IL CERTIFICATO DI AUTENTICITÀ

Il primo e più importante principio nella autenticazione è che lo strumento di autenticazione, l'**Electronic Authenticity Certificate**, deve essere parte integrante del prodotto, e che la sua mancanza invalidi l'autenticità del prodotto stesso. Il certificato deve perciò **diventare parte del prodotto stesso** e deve essere collocato in modo che esso sia discreto, non causi fastidio e vi si possa accedere in caso di necessità di validazione. Va da sé che un certificato di autenticità **non dovrebbe poter essere rimosso**, almeno fino al momento della vendita, talvolta neppure dopo, se si intende accedere a servizi di postvendita.

L'utilizzo di un **microchip passivo**, piccolo, che si attiva solo in presenza di uno strumento di autenticazione, che può essere inserito e letto all'interno di un prodotto, costituisce una risorsa preziosa alla lotta dell'illegalità. Ma non basta predisporre l'applicazione di un tag RFID al prodotto per garantire questo principio fondamentale.

Un **certificato di autenticità dovrebbe essere univoco** e non dovrebbe poter essere duplicato. È evidente che chi fosse in grado di duplicare un certificato di autenticità sarebbe in grado di rendere originale qualsiasi falso. La presenza di un microchip RFID all'interno di un prodotto non garantisce di per se stesso l'univocità del certificato. Certamente può essere difficile o impossibile modificare l'UID o il TID di un tag RFID, ma non è impossibile clonarlo.

Il certificato di autenticità permette di accedere a un insieme di informazioni che consentono di identificare e autenticare un prodotto attraverso l'**utilizzo di tecnologie digitali**. Il certificato può essere così utilizzato per **monitorare la provenienza** e la **catena di distribuzione** di un prodotto, aumentare la **trasparenza** e la **sicurezza del commercio elettronico** e **combattere la contraffazione**.

In relazione al mercato parallelo, dotare il prodotto di un certificato elettronico di autenticità può rappresentare una **soluzione per combattere il commercio di beni illegali o di prodotti contraffatti**, fornendo un modo per verificare l'autenticità e la provenienza dei prodotti in modo efficiente e affidabile. L'utilizzo di tecnologie come **blockchain e crittografia** possono garantire la tracciabilità e l'immunità alla falsificazione dei dati relativi all'identità digitale prodotto, creando un sistema di controllo sicuro e affidabile. Inoltre, l'identità digitale prodotto può anche contribuire a regolamentare i mercati informali e paralleli, fornendo un modo per monitorare le transazioni e le attività economiche non ufficiali.

Tuttavia, è importante tenere presente che l'implementazione di sistemi di identità digitale prodotto richiede una **collaborazione internazionale** e la definizione di standard comuni, in modo da garantire l'interoperabilità tra i diversi sistemi e prevenire abusi e monopolizzazioni.

LE SOLUZIONI

ELISION

La **serializzazione dei prodotti**, ovvero l'attribuzione di un certificato elettronico di autenticità a sua volta garantito come autentico è il percorso che **ELISION**, società controllata da **TESISQUARE**, suggerisce alle **aziende**

del lusso, dell'**agroalimentare** e in generale del **manufacturing**, per un'efficace **protezione dei propri marchi** dalla contraffazione e per migliorare la propria **efficienza di filiera** e l'**Awareness** verso i clienti.



UN COSTANTE

FLUSSO DI DATI

Concretamente si tratta di modulo della piattaforma Tesisquare, denominato *Brand Protection*, in cloud o on premise che si integra con i sistemi già presenti in azienda.

Il modulo consente di tracciare i certificati stessi, dalla loro produzione (encoding) e per tutto il ciclo di vita del prodotto che li contiene, attraverso sistemi di tracking presenti presso i terzisti, i magazzini della logistica e i punti vendita. Un controllo completo della contraffazione richiede l'estensione del controllo al territorio. La soluzione *Protect Your Brand* (PYB) consente di estendere il controllo all'utente finale che può utilizzare lo smartphone NFC per controllare l'autenticità del prodotto ma anche per certificarne la proprietà, con il principio dei Not Fungible Token (NFT).

Attraverso un sistema brevettato a doppia chiave, PYB consente infatti di certificare la proprietà del prodotto, rappresentato dal certificato digitale in esso contenuto, non solo se acquistato al punto vendita, ma anche su web. In ogni transazione *Brand Protection* sorveglia la vita del certificato, evidenziandone anomalie (ad esempio certificati "spariti" in fase di produzione o verifica di certificati sconosciuti o sospetti da parte dei punti vendita o del cliente

finale) in modo da tenere il controllo sull'intero universo dei prodotti del brand. Il modulo *Brand Protection* ha già dimostrato in diverse occasioni di essere un valido contrasto al crimine, non solo garantendo l'autenticità, ma tracciando la provenienza del prodotto.

In Elision definiamo *Security on Things (SoT)* il ramo della sicurezza che si applica ai beni e comprende l'anticontraffazione, il contrasto della produzione e distribuzione non autorizzata (mercato grigio), la perdita prevenzione e ogni pratica illecita applicata alle merci.

Il team di Elision ha maturato una significativa esperienza nella *Security on Things*, in particolare nei settori Luxury, Fashion e Beverage. Siamo in grado, non solo di selezionare la tecnologia elettronica più efficace ed avanzata, ma anche di svilupparla con i clienti attraverso le politiche e le procedure più appropriate, tenendo sempre conto delle conformità necessarie per operare in un mercato mondiale.

La nostra soluzione e il nostro approccio possono essere applicati alla maggior parte dei settori interessati da problematiche di SoT.

Rinaldo Rinaldi, Senior Advisor & Founder ELISION



GREY MARKET E LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE



Rinaldo Rinaldi

Senior Advisor & Founder ELISION

Rinaldo Rinaldi è professore associato presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università degli Studi di Firenze. È docente di "Gestione della Supply Chain", "Gestione della Produzione Industriale" e "Sviluppo Prodotto". Le sue aree di ricerca e di interesse riguardano il dimensionamento di sistemi logistici, la programmazione controllo della produzione, l'ottimizzazione dei processi, l'implementazione di approcci sostenibili nella gestione della Supply Chain.

Rinaldo Rinaldi è membro di numerose organizzazioni di ricerca e autore di oltre 50 articoli su journal e conferenze internazionali. È fondatore e responsabile scientifico del laboratorio "DigitForFashion_Lab" dove svolge attività di ricerca su numerose tematiche legate in particolar modo alle esigenze delle imprese che operano nel sistema fashion.

Rinaldo Rinaldi è anche co-ideatore e responsabile scientifico "eP Summit" convegno incentrato sull'utilizzo delle nuove tecnologie a supporto della gestione della supply chain del lusso; considerato da tutti gli attori che operano ai vari livelli della filiera del fashion, un momento fondamentale di confronto e studio dello stato dell'arte delle soluzioni IT a supporto dei principali processi che governano l'intero network.

Dal 2022 Rinaldo Rinaldi è Senior Advisor e fondatore di Elision.

Elision

in collaborazione con



elision.com