



Contrafação representa 2,5% do comércio mundial

CRIME Só em 2013, a venda de produtos falsificados correspondeu a 2,5% do comércio mundial (411 mil milhões de euros) e a 5% das importações da UE (85 mil milhões), segundo dados do comércio internacional. Na foto, a destruição de mais de 150 mil pares de ténis,

no valor de 1,3 milhões de euros, das marcas Nike e Adidas, até aos chinelos Havaianas e Ipanema, em março de 2015, após uma operação policial, em várias fábricas nas Filipinas. No Dia Mundial de Anticontrafação que hoje se assinala o objetivo é alertar para este crime.

Falsificações “valeram” 15 milhões em dois anos

Fiscalização. Nos últimos dois anos, a ASAE instaurou 800 processos-crime e fez 113 detenções. Produtos estão cada vez mais sofisticados

ILÍDIA PINTO

Longe vai o tempo em que se olhava para uma falsificação e rapidamente se percebia que nada tinha que ver com o produto original. A contrafação é uma indústria altamente lucrativa e que tem vindo a refinar-se: quão mais parecido com o original for, mais caro pode ser vendido. Como se verdadeiro fosse. A mais recente operação da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica prova-o. As ações de fiscalização em lojas de artigos para veículos, na zona de Lisboa, levou à apreensão de 120 punhos e piscas para motociclos no valor aproximado de 2400 euros. Artigos que estavam à venda num estabelecimento da especialidade e que aparentam “elevada qualidade, aproximando-se visualmente do original, conseguindo iludir facilmente o consumidor”, diz a ASAE.

“Estamos já longe da imitação grosseira que era vendida a metade do preço. Cada vez mais nos confrontamos com o tipo de imitações que se assemelham muito do verdadeiro e o preço tem de refletir isso até para não criar suspeitas”, diz Pedro Portugal Gaspar,

inspetor-geral da ASAE. Os primeiros casos detetados foram em vestuário desportivo, em que as cópias eram vendidas misturadas com as marcas originais, criando a dúvida se o próprio retalhista teria conhecimento da situação ou se fora também enganado.

A atividade da contrafação “tem vindo a esmerar-se” também no tipo de produtos a que se dedica, entrando crescentemente em novos segmentos de negócio, como as peças para automóveis, aeronáutica, produtos far-

Operações na zona de Lisboa levaram à apreensão de produtos para motos

macêuticos ou alimentares, entre muitos outros. Só nos últimos dois anos, a ASAE apreendeu artigos no valor global de 15 milhões de euros, resultantes de operações que levaram à detenção de 113 pessoas e à instauração de 800 processos-crime.

E o comércio eletrónico tem facilitado esta atividade ilícita.

“Para alguns dos produtos de maior qualidade, que não são produzidos em massa, o *online* será cada vez mais utilizado, porque permite selecionar bem os alvos para a distribuição do artigo contrafeito, sendo, depois, o anúncio retirado, num jogo constante do gato e do rato”, explica o inspetor.

Nestes casos, como aconteceu com a operação *Premium*, que investigou um circuito de falsificação de vinhos como o Barca Velha e o Pêra Manca, claramente “os consumidores estavam convencidos de que estavam a comprar o original”. O que obriga a que a atividade da ASAE seja crescentemente acompanhada por peritos das próprias marcas.

E apesar das apreensões e detenções no âmbito do combate à contrafação, a verdade é que este fenómeno tem assumido “proporções crescentes à escala global”. O consumidor português tem noção do impacto socioeconómico da compra de um produto falsificado? “Acredito que falta uma dimensão de conjunto, agregada, de que este mercado paralelo põe em causa marcas, empresas e postos de trabalho”, diz Pedro Portugal Gaspar.