

La forta estima que les marques generen -i que gira al voltant de valors tangibles i intangibles rellevants per al consumidor- alimenta una indústria de la imitació que proporciona enormes beneficis a màfies sense escrúpols.

Aquest valor que és capaç de transmetre un nom és el causant de múltiples falsificacions, còpies normalment de qualitat inferior que es volen fer passar per productes originals amb la intenció de confondre els consumidors i prendre una part del negoci del propietari de la marca. Això comporta una sèrie de greus conseqüències, com l'evasió d'impostos, el menor creixement econòmic, la pèrdua de llocs de treball, l'auge de l'economia submergida i, fins i tot, la mort en el cas de falsificacions que atempten contra la salut.

No hi ha xifres oficials per quantificar el cost econòmic de la pirateria, però es calcula que ronda el 7% de tot el negoci mundial, o sigui, al voltant de mig bilió d'euros. És un afer en què estan implicats pràcticament tots els països del món, tot i que a Amèrica Llatina i el sud-est asiàtic és on més es desenvolupa aquesta pràctica fraudulenta.

En un món de marques globals cap mena d'article queda lliure d'imitació. No només els béns de luxe com perfums, moda o rellotges criden l'atenció dels falsificadors, els quals busquen productes de marques molt notòries, que són fàcils de copiar, barats de produir i senzills de distribuir, però que tenen un gran valor emocional per als consumidors.

Els perfums reuneixen totes aquestes condicions, cosa que explica que no hi hagi pràcticament cap fragància que s'hagi lliurat de ser imitada. Les begudes alcohòliques, el vídeo i els programes informàtics, els CDs musicals i la moda són només alguns dels sectors explotats pels falsificadors.

La més problemàtica, però, és la imitació de productes farmacèutics o de recanvis de vehicles i avions, que causen cada dia dotzenes de morts i de damnificats, però que resulten molt competitius econòmicament. No és infreqüent trobar als hospitals d'Amèrica Llatina, el sud-est asiàtic, Àfrica i l'Índia medicaments falsos comprats a Europa.

S'han produït autèntiques matances degudes a les medicines falsificades, com la mort a Nigèria de més de 3000 persones el 1997 en l'epidèmia de meningitis que va afectar el país, quan es va aplicar una vacuna falsificada -proporcionada per l'Organització Mundial de la Salut- que no contenia ingredients actius.

Malgrat tot, certs governs continuen fent la vista grossa davant d'una pràctica que sosté l'economia de molts països del planeta. Una activitat fraudulenta que recorre a mètodes com l'extorsió i que s'aprofita de la investigació i les inversions econòmiques que les empreses realitzen i de la confiança que els consumidors dipositen en les marques.

### *Noms que marquen*

#### **ZODIAC**

El 1879 l'enginyer francès Maurice Mallet va realitzar un vol inaugural amb un globus que tindria unes conseqüències imprevisibles, per l'interès popular que va suscitar. A partir d'aquest fet, va formalitzar la seva associació amb dos amics per crear el 1897 una empresa dedicada als petits viatges en globus.

Els tallers de Mallet van prosperar ràpidament gràcies a la incessant demanda de l'*Aéro-Club de France*, cosa que el va fer decidir a prendre's més seriosament l'aventura empresarial i a constituir la societat *Zodiac*, denominada així per la relació entre l'activitat de la companyia i el cel, amb les constel.lacions zodiacals.

Durant la Gran Guerra, *Zodiac* es va consagrar a la fabricació d'avions i dirigibles, per dedicar-se a la producció de bots pneumàtics durant la Segona Guerra Mundial. Avui, l'empresa és el

primer fabricant de tobogans per a l'evacuació d'avions però també abarca el sector de les joguines inflables i, per descomptat, les famoses canoes que han convertit la marca quasi en un nom genèric.

**Ignasi Fontvila**, Director Creatiu de Nomen Spain, ha elaborat projectes de naming per a Coca-Cola, Snack Ventures, Novartis, Myrurgia, Sara Lee, Danone, Henkel, Intermarché, Nutrexpа i Vileda, entre d'altres.  
[www.nomen.com.es](http://www.nomen.com.es)