

## **Introduzione**

Nella seduta del 13 luglio 2010 la Camera dei deputati ha approvato il testo unificato (Doc. XXII, n. 12-16-A) delle proposte di inchiesta parlamentare sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale d'iniziativa dei deputati Reguzzoni ed altri, e Lulli ed altri, adottato dalla X Commissione (Attività produttive), istitutivo della Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale. Come è stato evidenziato nel dibattito che ha preceduto l'approvazione del testo istitutivo della Commissione, le proposte di inchiesta hanno risposto all'esigenza di costruire un quadro conoscitivo approfondito e univoco sul fenomeno della contraffazione, poiché per contrastare tale fenomeno risulta fondamentale, anzitutto, conoscerne struttura e dinamiche.

In tal senso, appare innanzitutto utile richiamare quanto specificato dall'articolo 1, comma 2, lettere *a)* e *b)*, della deliberazione istitutiva della Commissione, secondo cui, per «merci contraffatte», si intendono le merci che recano illecitamente un marchio identico ad un marchio registrato, mentre per «merci usurpative» si indicano quelle merci che costituiscono riproduzioni illecite di prodotti tutelati da diritti di proprietà intellettuale.

La Commissione, quindi, ha svolto la sua attività di indagine approfondendo diversi aspetti che caratterizzano il fenomeno contraffattivo. Per questa ragione, l'analisi effettuata ha riguardato un disamina delle politiche nazionali, europee ed internazionali anticontraffazione, la verifica delle azioni di contrasto intraprese, in particolare nel nostro Paese, lo studio degli effetti causati dal fenomeno.

In particolare, l'articolo 1, comma 3, della deliberazione istitutiva specifica che la Commissione ha il compito di accertare i risultati raggiunti e i limiti istituzionali, tecnologici, normativi, organizzativi e finanziari attribuibili al livello nazionale, che hanno reso inadeguate le azioni delle istituzioni nel contrasto dei fenomeni di cui al comma 1, con particolare riferimento al mancato esercizio dei poteri di prevenzione, di controllo e sanzionatori previsti dall'ordinamento, alla funzionalità del sistema di raccolta dei dati e delle informazioni da parte dei soggetti pubblici coinvolti e alla valutazione approfondita di fatti e di fenomeni sociali, al fine di prevedere politiche di prevenzione e di individuare poteri di controllo e di repressione più efficaci.

Ancora, secondo la lettera del suddetto articolo, la Commissione persegue l'obiettivo di raccogliere dati aggiornati e dettagliati sul fenomeno della contraffazione, anche mediante lo studio di prassi già sperimentate a livello internazionale e della legislazione applicata nei singoli Paesi membri dell'Unione, allo scopo di creare una base di conoscenze utile per l'ammodernamento della legislazione in materia, nonché il rafforzamento delle istituzioni impegnate nell'azione di contrasto al fenomeno, nel tentativo di arginarne il dilagare e contrastarne gli effetti, corrispondendo, in tal modo, anche alle richieste che su questo versante arrivano all'Italia da parte dell'Unione europea.

Infine, secondo l'articolo 1, comma 4, della deliberazione istitutiva in oggetto, la Commissione, in particolare, raccoglie dati sulle diverse realtà territoriali e dei distretti industriali italiani allo scopo di accertare la dimensione del fenomeno, specialmente per quanto riguarda le merci contraffatte e usurpative vendute sul territorio nazionale, suddivise per settori produttivi; le merci contraffatte e usurpative che transitano sul territorio nazionale per essere commercializzate in altri Paesi; la produzione illegittima di merci contraffatte e usurpative, secondo le varie fattispecie possibili; la diffusione delle merci contraffatte e usurpative attraverso il commercio elettronico; le eventuali inefficienze e sottovalutazioni da parte delle istituzioni, della società civile, nonché le eventuali responsabilità degli enti preposti a contrastare il fenomeno; l'impegno nel sensibilizzare i consumatori sulla gravità del fenomeno in questione; le eventuali connessioni dello stesso con la criminalità organizzata; le eventuali omissioni nell'esercizio dei poteri di prevenzione, di controllo e

sanzionatori previsti dall'ordinamento; la situazione delle piccole e medie imprese e dei distretti industriali in rapporto alle possibilità di accesso ai diritti di proprietà industriale, nonché alla difesa e tutela degli stessi diritti.

La Commissione, quindi, ha proceduto allo studio e alla verifica dei costi e delle conseguenze che i fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale hanno avuto e continuano a comportare per il nostro Paese, non solo in termini economici, occupazionali e sociali (avendo a tal fine ascoltato il punto di vista delle imprese, dei rappresentanti di commercio e di categoria), ma anche in termini di pericoli e danni per la salute dei cittadini (avendo ascoltando, tra gli altri, anche associazioni di consumatori e privati).

Più specificamente, con riferimento ai lavori svolti, nell'ambito dei compiti previsti dalla deliberazione istitutiva, la Commissione ha tenuto 69 sedute in sede plenaria, effettuando 59 audizioni, per un totale di circa 70 ore di lavoro (comprese le riunioni dell'Ufficio di presidenza, che sono state 28). La Commissione ha altresì svolto due missioni in Italia (Toscana e Campania), 4 missioni di studio all'estero (Bruxelles, Washington, Londra e Parigi) e due visite istituzionali a Roma (comando generale della Guardia di finanza e sede centrale dell'Agenzia delle dogane).

Alla conclusione dei suoi lavori, la Commissione ha approvato quattro documenti: la relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare (Doc. XXII-*bis* N. 2), approvata nella seduta del 6 dicembre 2011, le cui conclusioni sono confluite in una risoluzione (6-00098), adottata dall'Assemblea della Camera dei deputati nella seduta di mercoledì 11 gennaio 2012, n. 568; la relazione sulla contraffazione nel settore del tabacco (Doc. XXII-*bis* N. 6), approvata nella seduta del 12 settembre 2012; la relazione sulla contraffazione nei settori del tessile e della moda (Doc. XXII-*bis* N. 7), approvata nella seduta del 12 dicembre 2012; la relazione sulla pirateria digitale in rete, approvata nella seduta del 22 gennaio 2013 (Doc. XXII-*bis* N. 8).

Inoltre, in occasione della presentazione della sua prima relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare, il 19 gennaio 2012, a Roma, presso la sede della Coldiretti, è stato organizzato uno specifico convegno sul tema, i cui contenuti sono divenuti oggetto di pubblicazione, a cura della Camera dei deputati, nell'ambito della collana "Convegni e conferenze".

Con riferimento all'attività di indagine svolta, la Commissione ha condotto quattro approfondimenti specifici in settori che sono apparsi, da un lato, particolarmente importanti sotto il profilo della loro rilevanza economica all'interno del nostro Sistema Paese e, dall'altro, estremamente sensibili dal punto di vista dell'esposizione al fenomeno e della sua relativa penetrazione. La Commissione ha quindi preso in esame, dapprima, natura, effetti e dinamiche del fenomeno contraffattivo all'interno del comparto agroalimentare; successivamente, l'attività di indagine è proseguita investendo il settore del tessile, riservando una particolare attenzione all'esame ad alcune delle nuove tecnologie anticontraffazione esistenti oggi sul mercato; a seguire, la Commissione ha studiato la contraffazione nel settore del tabacco, con particolare riguardo al contrabbando e alla contraffazione delle sigarette; infine, è stata realizzata un'ulteriore specifica indagine in materia di pirateria digitale in rete.

La presente relazione, quindi, costituisce il frutto di un ampio lavoro di indagine, di lettura dei documenti, di analisi e selezione di fonti variegate che la Commissione ha di volta in volta acquisito. Si tratta di un lavoro di schematizzazione e di sintesi che la Commissione ha eseguito in base alla logica della deliberazione istitutiva e che va oltre la mera presentazione di un resoconto compilativo dell'attività svolta, mirando, piuttosto, ad individuare i punti critici degli argomenti trattati al fine di proporre soluzioni operative, normative e/o amministrative rispetto alle specifiche criticità riscontrate, sia in generale, sia negli specifici settori oggetto dell'approfondimento di volta in volta condotto.

## PARTE PRIMA – IL FENOMENO CONTRAFFAZIONE: QUADRO GENERALE

### Capitolo I – Il mercato della contraffazione

#### 1) Il commercio illegale dei prodotti contraffatti: la dimensione economica

Secondo le stime di Sos Impresa - Confesercenti, contenute all'interno del XII Rapporto 2010, dal titolo "Le mani della criminalità sulle imprese", il valore della contraffazione per il mercato italiano si attesterebbe intorno a una cifra pari a 6,5 miliardi di euro. Secondo Confindustria, il valore complessivo dei prodotti contraffatti in Italia ammonterebbe a 7 miliardi di euro, mentre, a livello mondiale, l'OCSE stima che il commercio costituito da tali merci riguardi l'8 per cento del totale.<sup>1</sup>

Secondo una ricerca pubblicata dal Censis ad aprile 2009, il commercio del falso nel nostro Paese, con il solo riferimento al mercato interno (dunque, senza considerare la quota di merci contraffatte che dall'Italia finiscono sui mercati esteri), ha prodotto, nel 2008, un fatturato di 7 miliardi 109 milioni di euro, con una perdita per il bilancio dello Stato in termini di mancate entrate fiscali di circa 5 miliardi 281 milioni di euro, una quota pari al 2,5 per cento del totale del gettito dello Stato.<sup>2</sup>

Ancora, secondo la citata ricerca del Censis, la totale sconfitta del fenomeno garantirebbe in Italia quasi 130 mila nuovi posti di lavoro. A livello sociale, infatti, i danni che le imprese subiscono a causa della contraffazione e della pirateria si riflettono anche sul numero dei posti di lavoro da esse offerti: 250.000 è la stima dei posti di lavoro persi negli ultimi 10 anni a livello mondiale, di cui 100.000 circa nella sola Unione europea. Una ricerca dell'OCSE condotta qualche anno fa ha stimato in 250 miliardi di dollari il controvalore del commercio internazionale dei soli prodotti contraffatti o piratati, mentre, secondo i dati in possesso della Banca mondiale, il volume d'affari della contraffazione si aggirerebbe intorno ai 350 miliardi di euro, pari al prodotto interno lordo di 150 dei paesi meno ricchi.<sup>3</sup>

La *World Customs Organization*, nel suo rapporto "*Customs and Ipr 2009*" ha evidenziato come, su un totale di oltre 290 milioni di prodotti contraffatti sequestrati dalle dogane mondiali nel 2009, il 34 per cento dei sequestri sia avvenuto nell'area asiatica e pacifica, il 30 per cento in Europa, il 18 per cento in Medio Oriente, il 14 per cento in America e solo per lo 0,7 per cento in Africa. Con riferimento specifico al nostro continente, le confische di beni contraffatti avvenute all'interno dell'Unione europea nell'anno 2000 ammontavano a quasi 68 milioni di beni, ma già nel 2001 erano passate a circa 95 milioni. A fronte di un dato quasi costante per il 2002 e il 2003, rispettivamente di circa 85 milioni di beni e di circa 92 milioni, il 2004 e il 2006 hanno registrato un deciso incremento nel numero di tali sequestri: più di 103 milioni di oggetti sequestrati nel 2004 e più di 128 milioni nel 2006, dopo che il 2005 aveva fatto registrare una certa flessione, con un dato vicino ai 76 milioni di oggetti.

#### 2) Pervasività e diffusione del fenomeno contraffattivo

<sup>1</sup> Fonte: Audizione del presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione di Confindustria, dottor Carlo Guglielmi, resoconto della seduta di mercoledì 16 marzo 2011.

<sup>2</sup> Fonte: Audizione del procuratore nazionale antimafia *pro tempore*, dottor Pietro Grasso, resoconto della seduta di mercoledì 13 luglio 2011.

<sup>3</sup> Cfr. *The economic impact of counterfeiting and piracy* - Ocse, 2008; *World Development Report - 2008*, World Bank.

Sulla base dell'analisi di contesto sviluppata da Confcommercio - Imprese per l'Italia, viene messo in luce come il fenomeno della contraffazione in passato riguardasse soprattutto generi di lusso, tali da garantire ai produttori e ai venditori di falsi la realizzazione di ingenti profitti commercializzando quantitativi esigui di merci a prezzi elevati.<sup>4</sup> La riproduzione di tali prodotti richiedeva notevoli abilità tecniche ed artigianali che consentivano di trasformare materiali scadenti in costosi manufatti capaci di ingannare anche i consumatori meno sprovveduti.

A partire dagli anni ottanta, in conseguenza del mutamento delle logiche e degli assetti finanziari e produttivi di tutti i paesi, anche l'area della produzione e del commercio dei "falsi manifatturieri" ad alto valore aggiunto ha subito profonde modificazioni, orientandosi sulla realizzazione e sulla vendita in massa di beni di largo consumo, i quali più facilmente riescono ad eludere gli ordinari controlli, normalmente effettuati a campione, sfruttando i flussi commerciali legali, risultando, quindi, estremamente difficile la loro intercettazione. A ciò si aggiunge il danno rilevante che subiscono i marchi di fascia intermedia della stessa tipologia merceologica, cioè quelli per i quali i rispettivi prodotti autentici e legalmente fabbricati si situano nella fascia di prezzo che è definita secondo la disponibilità del consumatore, ma la cui quota di domanda viene "intercettata" dai beni contraffatti.

Attualmente, viene rilevata la presenza di prodotti contraffatti in quasi tutti i settori di mercato, con la percentuale più elevata nel settore calzaturiero e della pelletteria. La notorietà raggiunta da alcune case di moda (italiane ed estere) nel panorama mondiale, al pari dell'enorme mercato che si è sviluppato attorno ai rispettivi prodotti, attraggono l'interesse dei contraffattori, i quali intravedono la possibilità di realizzare elevati profitti a fronte di rischi molto bassi.

La ragione di tali attenzioni deve essere ricercata nella continua crescita della domanda di tali prodotti, che spesso rappresentano un vero e proprio *status symbol*, ma anche nella possibilità di riprodurre fedelmente i marchi che li contraddistinguono con l'ausilio di *software* e macchinari sempre meno costosi, nonché nella possibilità di reperire manodopera e materie prime a bassi costi.

Merita particolare attenzione, poi, il ruolo giocato dal *web* nell'ambito della cosiddetta internazionalizzazione della contraffazione, con riferimento a tutti i segmenti della filiera produttiva e distributiva. Le opportunità offerte dalla rete, infatti, permettono una progressione particolarmente rilevante del fenomeno contraffattivo, anche grazie al ruolo degli operatori di rete (*providers* di diversi livelli, gestori di piattaforme e via dicendo) i quali, spesso, omettono di effettuare i dovuti controlli, in alcuni casi, rendendosi addirittura complici dei traffici illegali perpetrati.

Tuttavia, tra i fattori che hanno contribuito all'espansione vertiginosa della contraffazione in generale si rileva il rapporto tra elevati profitti e bassi rischi legati allo smercio di questi prodotti. In particolare, a titolo puramente esemplificativo, è stato sottolineato come, per esempio nel caso di *dvd* falsi, i profitti realizzati dal loro smercio siano più elevati rispetto a quelli derivanti dallo spaccio di quantità equivalenti, in peso, di droghe leggere, tutto ciò a fronte di sanzioni molto meno severe rispetto a quelle previste nel caso di traffico di stupefacenti.

L'esistenza di capacità di produzioni industriali sempre più sofisticate in taluni Paesi, ad esempio in Cina, ha fornito all'industria della contraffazione opportunità enormi. Il sequestro di componenti di *computers*, bobine di inchiostro per stampanti, telefoni mobili e parti di automobili dimostra che la capacità di copiare qualunque prodotto è in aumento. Anche quando si sono adoperati, ad esempio introducendo nuove leggi, per arrestare la produzione di queste merci, i Paesi produttori si sono trovati in difficoltà nel controllare le industrie, proprio in virtù della loro capacità di passare da una produzione all'altra.

Pertanto, anche alla luce di quanto illustrato, i principali fattori che, combinandosi tra loro, hanno determinato il dilagare di un vero e proprio mercato del falso possono essere così sintetizzati: la condizione di difficoltà di molte piccole imprese; la crescita di manodopera disponibile a fornire

---

<sup>4</sup> Fonte: CONFCOMMERCIO, *Position Paper* sulla contraffazione - aprile 2009, documento acquisito agli atti - doc. 54/4.

prestazioni lavorative in modo clandestino, occasionale e a basso prezzo; le semplificazioni di molti processi produttivi posti in atto dalla quasi totalità delle imprese di medie e grandi dimensioni, al fine di ridurre costi, personale e tempi di produzione; la delocalizzazione di alcune fasi intermedie di produzione; la crescente domanda di prodotti di marca che rappresentano un vero e proprio *status symbol*; la crescente disponibilità sul mercato di strumenti e di attrezzature tecniche capaci di rendere agevole la duplicazione di prodotti già esistenti ed affermati; un conveniente rapporto costi benefici; infine, l'interesse crescente da parte della criminalità organizzata.

### 3) La filiera del falso: produzione e logistica della contraffazione

La delocalizzazione di alcune o intere fasi del processo produttivo ha portato ad un conseguente allungamento della filiera produttiva oltre i confini nazionali, posto che segmenti sempre più consistenti di lavorazione vengono realizzati in luoghi esterni all'azienda madre, in alcuni casi a migliaia di chilometri di distanza da essa. Pertanto, lo stesso *know how* originario relativo alla produzione di un determinato bene, oggi è condiviso da un numero sempre maggiore di individui i quali sono in grado di realizzare merci del tutto identiche a quelle originali.

La produzione di un bene contraffatto può avvenire secondo diverse modalità: può realizzarsi all'interno degli stessi laboratori che producono per le imprese legali, sottoforma di sovrapproduzione degli ordinativi, oppure anche altrove, da parte degli stessi operai i quali hanno lavorato in passato o ancora lavorano come *façonniers* presso i laboratori che producono per l'impresa madre; infine, può avvenire ad opera di individui che, semplicemente, entrano in possesso di un bene e cercano di riprodurlo.

Più spesso, le materie prime, secondo la diversa provenienza, vengono assemblate in laboratori lontani dal paese da cui provengono per poi essere commercializzate altrove. Dalle indagini e dai sequestri effettuati emerge che il Paese da cui, in assoluto, proviene la gran parte delle merce falsa è la Cina, poiché in tale regione del mondo si combinano una serie di elementi favorevoli.

Una volta pronta, la merce inizia un percorso tortuoso, secondo modalità di trasporto diverse, più spesso via mare, attraverso Stati dove i controlli risultano minori, spesso cambiando i documenti di trasporto e l'imballo, fino ad arrivare nel Paese di destinazione per la distribuzione finale e la vendita. Le merci contraffatte vengono quindi inserite nel circuito distributivo legale, in alcuni casi con il consenso del commerciante, in altri senza che questi sia a conoscenza del dolo. In questo caso si parla di mercato "primario" della contraffazione.

In alternativa, i prodotti contraffatti possono essere offerti al consumatore consapevole attraverso canali paralleli a quelli ufficiali. In questo caso si parla di mercato "secondario", un mercato nel quale l'acquirente, decide consapevolmente di acquistare merce contraffatta ad un prezzo inferiore. Le dimensioni del mercato secondario dipendono in larga parte dalla differenza di prezzo del bene contraffatto rispetto a quello genuino, nonché dal tipo di prodotto.

Per esempio, la domanda di beni contraffatti che devono rispettare determinati *standards* di qualità per non costituire un pericolo per la salute o la sicurezza del consumatore (come nel caso di prodotti farmaceutici, cibo o giocattoli) è decisamente bassa, a differenza di quanto accade per la domanda di *cd*, *dvd*, capi di abbigliamento o accessori, che invece appaiono al consumatore del tutto simili a quelli originali, anche in termini di sicurezza.

Le merci contraffatte vengono distribuite principalmente attraverso tre canali di vendita: i negozi al dettaglio, i mercati o le fiere campionarie, *Internet*. I negozi al dettaglio costituiscono il canale di vendita più difficile da penetrare, in quanto l'offerta di articoli contraffatti presuppone una truffa da parte del commerciante o la complicità di quest'ultimo nel vendere falsi a prezzo maggiorato o a costi ridotti, con un alto rischio di incorrere in azioni legali e di vedere ridotta la propria clientela. In questi casi, i commercianti mescolano le merci contraffatte con quelle originali e puntano sul basso costo dei prodotti falsificati per attrarre la clientela. In questo modo, aumentano

le vendite anche di altri generi, come vestiti, giocattoli, prodotti farmaceutici, bevande, tabacco, gioielli e profumi.

Più comunemente, la circolazione di beni falsificati avviene in strada, nei mercati e nelle fiere campionarie (più in particolare, *cd*, *dvd*, accessori personali sono venduti in strada, mentre i prodotti più sofisticati, come ad esempio le componenti elettronici e simili, vengono proposti nelle fiere).

Infine, la rete *Internet* è diventata, negli ultimi anni, un fondamentale veicolo di commercio, lecito e non. Si registra, infatti, un vertiginoso aumento del volume di vendita e della varietà di merci scambiate attraverso il *web*. Secondo le stime dell'Osservatorio del Politecnico di Milano sul commercio elettronico, contenute nell'indagine condotta dal Censis nel 2009, il fatturato dell'*e-commerce* in Italia crescerebbe, ogni anno, del 50 per cento (*E-bay*, ad esempio, cresce annualmente di oltre il cento per cento, contando, solo in Italia, su circa 3.000.000 di utenti mensili, per oltre 100 milioni di pagine viste al mese e 20.000 negozi *on line*). Produttori e distributori di merce contraffatta utilizzano questo canale di vendita sia per ingannare i consumatori inconsapevoli, sia per raggiungere gli acquirenti consapevoli, grazie ad alcune peculiarità proprie del commercio telematico, prima fra tutte, la garanzia dell'anonimato dei contraenti e la riduzione del rischio di essere riconosciuti. La rete telematica, infatti, mette in contatto acquirenti situati in qualunque parte del mondo, consentendo loro di esplorare mercati dove la normativa sulla proprietà intellettuale è meno rigida.

Le dimensioni enormi raggiunte da questo mercato rendono difficile sia per i titolari dei diritti, sia per le forze dell'ordine identificare e perseguire tutti coloro che agiscono superando i limiti legali, a fronte del fatto che trattandosi di una forma di commercio che si svolge secondo modalità virtuali, che rende estremamente difficile l'intervento mediante controlli mirati, risulta maggiormente esposta ad ipotesi di truffa.

### **3.1) L'ingresso delle merci contraffatte in Europa**

Sulla scorta degli elementi esposti dal direttore dell'Agenzia delle dogane nel corso dell'audizione svolta il 30 novembre 2010, analizzando il rapporto tra le importazioni di prodotti quali, per esempio, l'abbigliamento, laddove provenienti da Paesi cosiddetti a rischio contraffazione (per esempio, la Cina) e i sequestri effettuati a livello europeo, sono emersi alcuni dati interessanti: dal 2008 al 2009, sul totale dei sequestri compiuti in Europa, l'Italia passa dal 5 per cento all'11 per cento, con un incremento dei propri risultati del 42 per cento tra il 2009 e il 2008 (escludendo i tabacchi, l'Italia passa dal 4,5 per cento nel 2008 al 17,1 per cento nel 2009), posizionandosi al terzo posto rispetto agli altri 27 paesi membri; inoltre, l'Italia registra risultati anche superiori a paesi che, proprio nei settori cosiddetti a rischio, vantano flussi di importazioni dalla Cina (paese da cui origina il 65 per cento delle merci sequestrate) molto maggiori rispetto all'Italia (con riferimento all'*import* di abbigliamento dalla Cina, per esempio, nel 2009 l'Italia registra un valore di 185.000 tonnellate, mentre per la Germania tale valore è di 440.000, per il Regno Unito di 370.000, per la Spagna di 260.000 e per la Francia di 190.000).

Secondo i dati forniti alla Commissione, nel 2009, Germania, Regno Unito, Francia e Spagna hanno importato in totale dalla Cina il 60 per cento dell'abbigliamento, realizzando, tuttavia, solo una quota di sequestri merci contraffatte pari al 19 per cento. Le dogane italiane, pur in presenza di un volume di importazioni inferiori, hanno invece realizzato un numero di sequestri triplo rispetto a Germania, Regno Unito e Spagna e maggiore del 50 per cento rispetto alla Francia.

Per quanto riguarda, quindi, il complesso delle attività di contrasto a fenomeni irregolari quali contrabbando mediante sottofatturazione, importazione di prodotti che violano le norme sulla sicurezza e simili, l'Agenzia delle dogane italiana, in questi ultimi anni, ha profuso un forte impegno che ha portato ad un significativo calo dell'*import* di merci a rischio nel nostro Paese.

Tuttavia, ciò non è avvenuto in altri Paesi europei, posto che i maggiori importatori di merci a rischio restano oggi proprio i Paesi del Nord Europa e la Spagna.

Più specificatamente, negli anni 2002-2003, l'Italia risultava, in Europa, il primo Paese importatore di abbigliamento (22,6 per cento del totale europeo) e di scarpe (12,8 per cento) dalla Cina, mentre nel 2009 le importazioni in entrambi i settori segnavano una quota compresa tra l'8 e il 9 per cento. Nel frattempo, però, tra il 2003 e il 2009, l'*import* europeo in questi settori dalla Cina è raddoppiato, l'abbigliamento passando da 1,1 a 2 milioni di tonnellate e le scarpe da 0,4 a 0,8 milioni di tonnellate.

In conclusione, quindi, se l'Italia ha saputo mettere in campo una forte azione di contrasto e di controllo all'*import* di merci a rischio provenienti dalla Cina, non sembra che gli altri Paesi europei abbiano agito con altrettanta volontà e determinazione.

#### **4) Rimesse degli stranieri e riciclaggio: il sistema *money transfer***

Sulla base delle informazioni fornite alla Commissione dalla Guardia di finanza nel corso dell'audizione del comandante generale *pro tempore* Nino Di Paolo, svoltasi in data 16 febbraio 2011, i canali finanziari preferenziali utilizzati per far defluire i proventi illeciti derivanti dall'industria del falso sono costituiti da *money transfers*, cioè da trasferimenti in denaro attraverso un articolato sistema di agenzie dislocate sul territorio.

Si tratta di sportelli finanziari sorti per agevolare le rimesse in patria degli emigranti extracomunitari e diffusi nel nostro Paese in maniera esponenziale negli ultimi anni, passando da 687 nel 2002 ad oltre 34.000 del 2010. Nel solo anno 2009 si è registrato un incremento di circa 6.500 sportelli sul territorio. Nell'ultimo triennio tale incremento ha superato le 16.000 unità (dato superiore all'intera rete delle Poste italiane, che comprende circa 14.000 unità operative) parallelamente all'intensificarsi del flusso migratorio verso il nostro Paese.

Peraltro, il *money transfer* costituisce per alcune fasce di cittadini extracomunitari (colf, badanti, stagionali) non muniti di conto corrente bancario, l'unico mezzo per eseguire le proprie transazioni finanziarie. Ciò si deve alla particolare facilità di accesso agli sportelli, alla loro capillare diffusione sul territorio, nonché agli orari di apertura (in molti casi tali agenzie sono aperte anche in orari notturni e nei fine settimana, essendo abbinata a *phone centers* o *Internet points*).

Secondo le stime fornite alla Commissione, le rimesse convogliate dall'Italia verso l'estero attraverso il sistema del *money transfer* hanno raggiunto, nel 2009, l'ammontare di 5,3 miliardi di euro. Una fetta notevole di tale ammontare ha visto come Paese di destinazione la Cina ed ha avuto origine prevalentemente dalle comunità asiatiche di Roma, Prato, Firenze e Milano.

L'esperienza operativa ha dimostrato che i *money transfers* sono stati utilizzati in molteplici occasioni per veicolare verso i Paesi d'origine somme di denaro frutto del reimpiego di proventi derivanti dalla contraffazione e da altri reati commessi in Italia (ad esempio, l'evasione fiscale e il traffico di sostanze stupefacenti).

Sebbene con il crescere delle somme movimentate, tali canali finanziari siano divenuti più costosi di quelli bancari, essi vengono utilizzati da chi vuole regolare le transazioni collegate ai traffici illeciti e al riciclaggio dei relativi proventi in considerazione di una serie di fattori: si tratta di trasferimenti di denaro contraddistinti dal contante, in relazione ai quali è assai più facile eludere, rispetto al canale bancario, i presidi antiriciclaggio e, conseguentemente, ostacolare l'individuazione dell'origine dei fondi; gli addetti al servizio di trasferimento dei fondi, appartenenti spesso alle stesse comunità etniche maggiormente coinvolte nel traffico di merci contraffatte, hanno una provenienza eterogenea e non possiedono un'estrazione di natura finanziaria in senso stretto, in quanto spesso allocati presso *phone centers*, *Internet points*, centri commerciali e cartolerie; l'attività si caratterizza per l'elevata numerosità e mobilità degli operatori, verso i quali ogni azione di controllo risulta assai più problematica rispetto alla tradizionale e strutturata attività bancaria o

finanziaria in senso stretto; il sistema del *money transfer*, che vede oggi l'Italia tra i mercati maggiormente rilevanti al mondo, opera anche presso Paesi dove non esiste affatto una legislazione antiriciclaggio, ovvero è assente una regolare rete bancaria.

### 5) Fenomenologia sociale della contraffazione

Sul piano sociale la contraffazione implica una serie di rischi per l'acquirente che possono tradursi in un danno sia in termini di salute, sia in termini di sicurezza. A tali danni si sommano le conseguenze economiche che il consumatore ignaro subisce a causa di tale fenomeno. Ciò si verifica quando quest'ultimo acquista un prodotto nella convinzione che si tratti di un bene di marca e di qualità, mentre invece, inconsapevolmente, sta acquistando un prodotto contraffatto. In realtà, tale danno economico ricorre raramente poiché, secondo numerosi studi e rilevazioni, nella maggior parte dei casi l'acquisto del prodotto contraffatto è eseguito dal consumatore in piena coscienza.

Al riguardo, il presidente di Assoutenti, dottor Mario Finzi, nel corso dell'audizione svolta il 28 giugno 2011, ha riferito alla Commissione i risultati di un'indagine quali-quantitativa condotta su un campione di 4000 consumatori, coerentemente rappresentativo del territorio nazionale. Il sondaggio costituisce un passaggio chiave per verificare e analizzare la percezione del fenomeno contraffattivo da parte dei consumatori, indagando principalmente la loro consapevolezza circa i rischi che la contraffazione può determinare per la salute e la sicurezza.

Con riferimento alla conoscenza del fenomeno e alle sue ripercussioni, il 90 per cento degli intervistati (con punte del 93 per cento nel Nord-Est e nel Nord-Ovest) ha dichiarato di essere a conoscenza del rischio di sanzioni amministrative derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti, tuttavia, il fattore "prezzo" ha giocato un ruolo fondamentale nella motivazione che ha spinto all'acquisto: il campione preso in esame ha affermato di essere disposto a correre dei rischi sia pecuniari, sia di salute pur di ottenere un effettivo risparmio economico.

Un prezzo accessibile ed allettante, dunque, rappresenterebbe il principale stimolo all'acquisto di prodotti falsi (82,3 per cento) ma proseguendo nell'indagine, alla domanda inerente alla qualità del prodotto contraffatto, è emerso un ulteriore, allarmante risultato: il campione intervistato, infatti, ha dichiarato di non avere riscontrato particolari difetti di qualità, né maggiori caratteristiche di usura nei prodotti falsi se paragonati a quelli originali.

Un altro elemento rilevante riguarda, infine, il rispetto della legalità: il 72,9 per cento degli intervistati non si è sentito in colpa nei confronti del fisco, né per il fatto di avere contribuito ad alimentare gli interessi della criminalità organizzata, né per il danno economico arrecato al Paese. Ciò testimonia, una volta di più, che l'acquirente di prodotti contraffatti attribuisce fondamentale rilievo alla propria convenienza personale. Sorprendentemente, chi ha dichiarato di avere acquistato merce contraffatta, ha espresso soddisfazione rispetto al prodotto in oggetto, dichiarandosi pronto a ripetere l'acquisto. Ciò indicherebbe una sorta di "normalizzazione" di tali comportamenti rispetto agli acquisti in questione. Una tale situazione dovrebbe, secondo l'associazione Assoutenti, mettere in allerta le istituzioni preposte al monitoraggio, alla prevenzione e alla repressione del fenomeno.

In conclusione, sulla base dei risultati illustrati, sembra mancare una generale percezione da parte del pubblico riguardo all'intrinseca pericolosità che, con riferimento alla contraffazione, ogni singola condotta può avere in termini di: arricchimento illecito della criminalità organizzata, con i conseguenti effetti distorsivi dell'economia e della libera concorrenza; pericoli diretti ed immediati, assolutamente sottostimati, derivanti dall'uso di farmaci, alimenti, giocattoli, indumenti contraffatti e prodotti senza il rispetto delle rigorose procedure di controllo poste a tutela della salute dei consumatori; pregiudizio causato alle aziende interessate, specie per quelle titolari di marchi di elevata qualità all'interno del cosiddetto *italian style*, che a causa della contraffazione subiscono danni all'immagine, diminuzione del fatturato, incremento delle spese per la protezione del marchio e per il contenzioso che le stesse sono costrette ad intraprendere sia come attori per tutelare i loro prodotti, sia in qualità di convenuti per provare la loro estraneità ai reati imputati ai reali