

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SUI FENOMENI DELLA CONTRAFFAZIONE,
DELLA PIRATERIA IN CAMPO COMMERCIALE
E DEL COMMERCIO ABUSIVO**

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

48.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 6 APRILE 2016

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **MARIO CATANIA**

I N D I C E

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Donati Marco (PD)	6
Catania Mario, <i>Presidente</i>	2	Pastorelli Oreste (MISTO)	7
Audizione del presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo, Marco Sanarelli:		Sanarelli Marco, <i>Presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo</i>	2, 8
Catania Mario, <i>Presidente</i>	2, 6, 7, 8	ALLEGATO: Documentazione della Consulta provinciale della moda di Arezzo	10

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Partito Democratico: PD; Movimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Il Popolo della Libertà - Berlusconi Presidente: (FI-PdL); Area Popolare (NCD-UDC): (AP); Sinistra Italiana-Sinistra Ecologia Libertà: SI-SEL; Scelta Civica per l'Italia: (SCpI); Lega Nord e Autonomie - Lega dei Popoli - Noi con Salvini: (LNA); Democrazia Solidale-Centro Democratico: (DeS-CD); Fratelli d'Italia-Alleanza Nazionale: (FdI-AN); Misto: Misto; Misto-Alleanza Liberalpopolare Autonomie ALA-MAIE-Movimento Associativo italiani all'Estero: Misto-ALA-MAIE; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Partito Socialista Italiano (PSI) - Liberali per l'Italia (PLI): Misto-PSI-PLI; Misto-Alternativa Libera-Possibile: Misto-AL-P; Misto-Conservatori e Riformisti: Misto-CR; Misto-USEI (Unione Sudamericana Emigrati Italiani): Misto-USEI.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
MARIO CATANIA

La seduta comincia alle 14.10.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Audizione del presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo, Marco Sanarelli.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo, Marco Sanarelli. Sono presenti Carlo Donati, componente della Consulta della moda di Arezzo, Aldo Cappetti, componente della Consulta della moda di Arezzo, Manuela Boncompagni, coordinatrice della sezione moda di Confartigianato imprese Arezzo, Massimiliano Bucaletti, coordinatore della sezione moda di Confindustria Toscana Sud, e Barbara Bennati, componente di CNA imprese Arezzo.

Do la parola al presidente Sanarelli per lo svolgimento della sua relazione.

MARCO SANARELLI, *Presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo.* Innanzitutto voglio ringraziare per l'opportunità che ci viene data di presentare il nostro progetto nel settore moda della pro-

vincia di Arezzo, che è forse l'unico presente in Italia. Abbiamo unito tutte le categorie economiche del settore (Confindustria, Confartigianato, CNA e piccola industria), perché riteniamo che le problematiche siano comuni e trasversali.

Siamo tutte aziende produttrici manifatturiere e soprattutto d'eccellenza. Per fortuna, in Italia ci è rimasta l'eccellenza. Abbiamo sentito il bisogno di stare insieme per poter affrontare i problemi comuni oppure realizzare delle iniziative comuni.

Questa consulta della moda rappresenta, secondo i dati camerale, circa 1.500 aziende, con circa 12.000 addetti. È abbastanza importante, perché ha un fatturato solo in esportazione di circa 1,2 miliardi.

Il nostro non è un tavolo giuridico, ma è un mettersi insieme. Ne abbiamo sentito la necessità, che è cresciuta negli ultimi anni, anche per trovare o suggerire dei sistemi contro la contraffazione, oltre che per la difesa, che per noi è imprescindibile, del *made in Italy*.

La contraffazione, secondo noi, non consiste solo nel contraffare il marchio o il prodotto, ma anche nel falso *made in Italy*. La Toscana ne è l'esempio lampante. Penso che sia l'unico caso in tutta Europa di aziende che operano illegalmente, perché operano in Italia, e che marciano *made in Italy*. Oggi la contraffazione non è più solo sui marchi e sul prodotto, ma anche sul falso *made in Italy*.

Lo scopo del nostro stare insieme è meramente conoscitivo, consultivo, propositivo e difensivo. È conoscitivo perché noi abbiamo sentito l'esigenza di conoscere la forza espressa dal territorio in termini di tessile, abbigliamento, calzature e pelletteria, per poterci incontrare e creare un rapporto di filiera e di collaborazioni.

È consultivo perché vogliamo comprendere e discutere le problematiche comuni, anche al fine di intraprendere delle azioni per migliorare la categoria.

È propositivo perché noi vorremmo avviare delle azioni comuni, per poter promuovere il territorio dal punto di vista produttivo, magari con azioni conoscitive. Il primo esempio che può venire in mente, visto che siamo nel mondo digitale, è un sito internet che racchiuda tutte le aziende iscritte alle varie categorie per poter promuovere il territorio.

È difensivo per portare a conoscenza le minacce della contraffazione e prefigurare, per quello che è in nostro potere, la difesa e la promulgazione del *made in Italy*.

Le aziende che sono qui rappresentate da me e dai miei colleghi artigiani sono tutte aziende che hanno veramente a cuore il loro lavoro, perché operano nel territorio da tantissimi anni (abbiamo aziende che hanno più di 60 anni), quindi fanno ciò che vuol dire stare sul mercato. Noi siamo prettamente produttori per i marchi, per le *griffe* o per alti *brand*.

Noi qui non vogliamo presentare dei numeri, se non quelli relativi al nostro territorio che vi abbiamo già dato. Chiaramente, se noi mettiamo l'aggregato con la produzione per il mercato interno, la cifra diventa più alta. Noi abbiamo voglia di far comprendere la gravità della situazione.

Le produzioni da decenni si sono spostate. Sono ormai 15-20 anni che le produzioni si sono spostate prima in Maghreb, poi nell'Est europeo, poi nell'Isola di Mauritius, fino ad arrivare al *Far east*.

Ciò ha determinato negli ultimi vent'anni un'ecatombe di aziende. Hanno chiuso tante aziende: aziende terziste e produttrici, aziende detentrici di marchi, aziende che producevano e che portavano avanti il loro lavoro.

Il fenomeno parte da lontano, ovvero già dagli anni 1980, con i primi avventi degli immigrati, soprattutto orientali. Con la chiusura delle aziende italiane si è creato un vuoto, che è stato colmato da aziende che, come sappiamo, operano prettamente nell'illegalità. Queste ultime hanno occu-

pato i capannoni dove si produceva il vero *made in Italy*.

Non nascondo che forse i primi colpevoli di questo possono essere stati gli stessi industriali. Purtroppo abbiamo visto che negli anni forse abbiamo sottovalutato il problema. L'invasione silenziosa e poco visibile della metà degli anni 1980 oggi è diventata una valanga rumorosa e pericolosa, che si è andata a sommare alla presenza di organizzazioni e strutture che già operavano nella contraffazione interna. Forse prima era meno evidente, anche perché la proliferazione di marchi è iniziata dalla metà degli anni 1990. Questo ingigantimento oggi fa un rumore spaventoso. Forse prima il fenomeno era tollerabile, ma oggi è diventato veramente pericoloso.

Oggi si deve attuare un'azione di contrasto anche a tutela del marchio più conosciuto al mondo nel settore della moda, che è il marchio *made in Italy*. Questo tema è connesso alla contraffazione, perché dei prodotti vengono fabbricati illegalmente in territorio italiano e vengono marcati *made in Italy*.

Quella italiana è una terra in cui abbiamo un'alta concentrazione di marchi di lusso. Siamo in un territorio, quello della Toscana, dove si situano la maggioranza delle produzioni per queste marche di lusso.

Noi siamo una terra del saper fare. In francese si direbbe « *savoir faire* », ma, visto che siamo italiani, diciamo « saper fare ». Tutto il mondo ci invidia questo saper fare. Dobbiamo riuscire a capire che nel settore della moda, dalla maglieria alla confezione, dalla piccola alla grande pelletteria, siamo maestri in tutto il mondo. I miei colleghi qui presenti sono veri maestri artigiani, sia in sartoria che in pelletteria, perché sono stati insigniti di questo. Non perdiamo questo capitale.

Noi abbiamo bisogno di difendere il *made in Italy* oggi più che mai, perché la contraffazione è aumentata in maniera esponenziale.

Bisogna dire a chiare note che la contraffazione è un fenomeno criminale. Il falso non danneggia solo prodotti copiati, ma danneggia anche prodotti non mar-

chiati. Siamo di fronte a una concorrenza economica scorretta e culturalmente malsana, che danneggia tutto il sistema delle imprese contoterziste, che operano in maniera trasparente e nel rispetto delle regole.

Le imprese italiane non hanno le dimensioni sufficienti per poter combattere da sole. Questa è una delle ragioni di questa unione con le categorie economiche. Noi cerchiamo di fare massa critica, per poter contrastare il più possibile questo fenomeno.

In termini di contraffazione, non si tratta solo del marchio e del prodotto, ma bisogna anche stare attenti a quello che si compra, perché c'è l'inganno e c'è la possibilità che i prodotti siano realizzati con materiali chimicamente non idonei o comunque non riconosciuti dal sistema REACH (*Registration, evaluation, authorisation and restriction of chemicals*).

È chiaro che quello della contraffazione è un fenomeno gigantesco; è organizzato, è efficiente, è flessibile, è capillare e non può che essere gestito da organizzazioni criminali. Mi riferisco all'importazione di materie prime secondarie, all'origine geografica dei prodotti finiti importati e alla lotta interna al falso *made in Italy*. Tale fenomeno concerne imprese che operano nel nostro territorio senza rispettare le regole. Questi sono i filoni di maggior interesse da colpire nella lotta alla contraffazione.

Penso che dobbiamo generare oggi più che mai una rivoluzione anche culturale. Bisogna intervenire anche direttamente sul consumatore, per cercare di fargli capire che chi compra un prodotto contraffatto fa del male, non solo a se stesso, ma a tutta la comunità e all'economia.

Resta inteso che per far fronte a tale problema nessuno ha la verità in tasca. Non abbiamo la bacchetta magica per poterlo sconfiggere dall'oggi al domani. Non è facile e lo comprendiamo, benché oggi gli organi dello Stato preposti al controllo — abbiamo visto gli ultimi risultati — si stanno dando un gran da fare.

Per lottare, bisogna essere convinti di avere la volontà per creare delle azioni di contrasto. Altrimenti, sarà un gettare fumo negli occhi, che non porterà da nessuna

parte o all'effetto contrario, perché si diminuirà il valore delle nostre imprese e del *made in Italy*, con il conseguente dato economico devastante che è sotto gli occhi di tutti, ci sarà una perdita di posti di lavoro e si creerà un malcontento.

È chiaro che questo avverrà a lungo andare, ma oggi non possiamo più far finta di niente. Questa Commissione è il posto giusto. Io penso che abbiate sentito tutte le parti in causa. Avrete una valanga di numeri e di statistiche da elaborare. Da qui si può partire per poter veramente contrastare e mettersi di traverso.

Non si potrà sconfiggere al 100 per cento il fenomeno (questa, secondo me, è un'utopia), però possiamo contrastarlo in maniera decisiva, anche per riportare un fattore economico nel nostro territorio, che è importante, e per cercare di recuperare quello che abbiamo perso negli ultimi vent'anni.

Noi pensiamo che ci voglia una grande battaglia per la legalità. Questo deve essere molto chiaro: deve essere intrapresa senza se e senza ma. A questo punto, non possiamo non fermarci di fronte a questa problematica; bisogna contrastarla il più possibile.

Tutti siamo parti in causa: noi imprenditori per primi, lo Stato con tutte le sue organizzazioni, il consumatore finale, i rappresentanti delle categorie. Non si può agire da soli. Lo Stato può fare sicuramente la parte del leone, ma come categorie economiche e come singoli imprenditori siamo disponibili a dire la nostra e a darvi un supporto.

Noi abbiamo individuato tre grandi fonti d'intervento. Arrivo a quello che noi abbiamo pensato. Abbiamo parlato veramente con il cuore, perché noi sentiamo questo problema. Noi siamo dei passionali, perché amiamo il nostro lavoro, ma devo dire che è sempre più difficile.

Se si pensa che nella nostra provincia il 48 per cento delle aziende sono esposte ai danni della contraffazione, il dato inizia a diventare veramente allarmante. Bisogna correre ai ripari nel più breve tempo possibile.

È chiaro che le azioni che questa Commissione e lo Stato intraprenderanno saranno visibili a lungo termine. Magari a breve termine vedremo delle azioni mirate nel quinquennio e poi altre nel tempo. Comunque, è il momento di intervenire.

Secondo noi, sono tre le fonti d'intervento. Ci sono gli organi e ci sono gli uomini, oltretutto molto preparati. Forse in Europa nel contrasto a questo fenomeno e su tutte le varie organizzazioni abbiamo il privilegio di avere veramente l'eccellenza. Io come azienda ricevo le visite normali della Guardia di finanza, della dogana, dell'ufficio delle entrate e quant'altro. Devo dire che non abbiamo dei burocrati, ma abbiamo delle persone che sono veramente preparate nel loro mestiere. Non ci manca niente fra le forze preposte ai controlli, perché sono culturalmente preparate e hanno il supporto dello Stato.

Secondo noi, ci vorrebbe una cabina di regia unica, che racchiuda tutte le componenti, dalla Guardia di finanza alle dogane, dall'ufficio delle entrate all'ispettorato del lavoro, ovvero tutti gli attori che sono preposti a questo controllo. Occorre una cabina di regia unica, dove sia possibile creare un incrocio di dati importanti, per poter smascherare e per poter intervenire massicciamente sulle aziende sospettate di operare illegalmente.

Noi abbiamo bisogno di un controllo delle merci in entrata. Capisco che è difficile, perché sdoganare a Genova o a Napoli non è la stessa cosa che sdoganare magari a Rotterdam o in un Paese dell'Est. Tuttavia, il controllo delle merci in entrata, sia materie prime e secondarie sia prodotto finito, è basilare. La tracciabilità del prodotto è fondamentale. Occorre tracciare il prodotto, sapere dove è realizzato e con quali materiali.

Forse è in atto un'azione di contrasto dei Paesi nordeuropei, ma vedo che in tanti Stati del mondo, dalla Cina al Giappone e agli Stati Uniti, tutte le merci vengono controllate in entrata. Lo possiamo fare anche noi in Europa. Non mi riferisco solo all'Italia; l'aiuto dell'Europa e di tutti i Paesi europei è fondamentale. Tutte le merci che sono destinate all'Italia vanno

controllate. Occorre sapere che cosa stiamo importando.

Per aumentare la tracciabilità, forse si possono identificare degli incentivi da dare agli enti preposti ai controlli. Mi riferisco ai comuni, alle regioni e ai vari corpi di polizia. Quando vengono effettuati dei controlli con cui si riesce a smascherare, una parte del ricavato potrebbe andare al territorio dove c'è stata la scoperta o dove è stata elevata la sanzione. Occorre sequestrare i beni dei malfattori.

Penso che lo sapete meglio di me, ma noi lo viviamo tutti i giorni. Nell'area vasta fiorentina (Firenze, Prato, Pistoia, Empoli e una parte di Arezzo) sono presenti circa 8.000 aziende riconducibili ai cinesi, che fatturano solo nella città di Prato 1,5 miliardi, di cui un miliardo in nero. Importano materie per la trasformazione dai loro Paesi di origine ed esportano denaro. Infatti, con il *money transfer* rimandano tutto in Cina. Nel territorio non rimane niente.

È un danno economico enorme, perché si toglie lavoro alle aziende, che ormai sono ridotte ai minimi termini. Penso che la provincia di Prato sia esposta per oltre il 70-80 per cento al fenomeno della contraffazione.

È il momento di arrestare questo fenomeno, perché oltretutto si sta espandendo anche verso altri settori. Mi riferisco, per esempio, all'oreficeria e al mobilio.

Il fenomeno è importante. Parliamo di 8.000 partite IVA, che hanno una vita media dai dodici ai quattordici mesi. Vengono chiuse e riaprono nuovamente.

Occorrono controlli da parte degli organi preposti, per verificare dove e come lavorano queste aziende, se i locali sono idonei eccetera.

Noi viviamo in una società dove la burocrazia è devastante. Pensate che nelle nostre aziende la burocrazia incide per quasi il 25 per cento. Gli organi dello Stato forse sono più soggetti a subire questa burocrazia. Bisogna snellire i controlli e sburocratizzarli. Occorre fare anche delle indagini induttive, perché spesso basta il controllo di una bolletta energetica per capire se c'è qualcosa che non va e se

lavorano giorno e notte. Se si vuole, si può intervenire anche con metodi induttivi.

Il secondo intervento, che è uno di quelli più delicati e importanti, consiste nel portare il consumatore a una certa sensibilizzazione, perché comprenda che comprare il falso è dannoso. Si potrebbero creare dei programmi *ad hoc* per le scuole, affinché i giovani acquisiscano la consapevolezza di ciò che si muove dietro alla contraffazione e siano preparati a un futuro migliore, nel quale possano diventare imprenditori, non solo di loro stessi, ma anche di aziende.

La difesa del *made in Italy*, secondo noi, è fondamentale. Occorre operare sulla tracciabilità del prodotto per difendere il *made in Italy*. Un prodotto *made in Italy* deve essere totalmente prodotto in Italia, o almeno, se è tagliato in Romania e cucito in Italia, questo deve essere scritto e deve essere riportato anche il materiale con cui è realizzato. Sarà poi il consumatore finale a decidere se ha voglia di acquistare quel prodotto. Se una fase di lavorazione viene svolta all'esterno, questo deve essere menzionato sull'etichettatura. La tracciabilità — lo ripeto — è uno strumento essenziale.

Inoltre, io penso che oggi, per dare più spinta e voglia di restare in Italia agli eroi — consentitemelo di dire — che sono gli imprenditori e piccoli artigiani, le aziende che operano totalmente d'Italia debbano essere incentivate, perché danno lavoro all'interno, il prodotto rimane all'interno e la ricchezza si crea all'interno.

Io credo che si debba intervenire anche sui *brand* italiani. Noi siamo la terra dove tutti i *brand* mondiali vengono a produrre, mentre molti *brand* italiani vanno all'estero. Occorre trovare un sistema di filiera oppure incentivare le aziende italiane che producono in Italia. Questa è una filiera che si può sfruttare, se tutto rimane qui.

Ecco perché è importante la difesa del *made in Italy*. Purtroppo, signori, io vi posso garantire che, se le cose vanno ancora avanti così, le aziende saranno sempre meno, perderemo posti di lavoro e tanti soldi.

Capisco che mi sto dilungando, ma è una materia importante. Forse parliamo

molto più col cuore che con i dati, che avete già, così come li abbiamo noi. Presidente, le lascio la nostra relazione, affinché la possiate acquisire agli atti.

Cercate di salvaguardare questi eroi. Questo è quello che la nostra Consulta della moda chiede. Non fate scappare il saper fare che abbiamo, perché è alla base della nostra bella Italia.

Vi ringrazio per l'attenzione. Chiedo scusa se mi sono dilungato, ma avevo bisogno di esporre tutte le questioni che sentiamo veramente sulla nostra pelle.

PRESIDENTE. Grazie, presidente. Il suo intervento molto accorato è in linea con una serie di elementi che stiamo raccogliendo ormai da tempo.

Non è da oggi che stiamo lavorando sul tema. Abbiamo già fatto un lavoro che riguardava la situazione di Prato e c'è già una relazione di questa Commissione sul crocevia pratese e su tutte le sue problematiche, che è stata approvata ed è stata anche discussa in Assemblea a Montecitorio.

Naturalmente tutto questo non basta. Noi ci aspettiamo di più e il lavoro che stiamo facendo è molto più articolato di un focus sulla realtà pratese. Abbiamo prodotto anche altre quattro relazioni, con una serie di proposte, e speriamo che nell'ambito di questa legislatura qualcosa rimanga in termini di operatività reale.

Fatta questa premessa, do la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

MARCO DONATI. Io ho una domanda molto semplice, che si collega a quanto il presidente Catania ha rappresentato in questo breve passaggio.

Nelle settimane scorse l'Aula ha avuto modo di analizzare la relazione dell'onorevole Cenni, che è un membro di questa Commissione, che ha messo in campo un *case study* sulla realtà pratese, anche attraverso una missione in loco che ha coinvolto le istituzioni e il sindaco, che prende origine da fatti molto recenti che hanno colpito quella città nel 2014 e dal sistema produttivo, che è caratterizzato da alcuni elementi che il presidente ha evidenziato.

Le vorrei porre una domanda, tenendo conto della sua esperienza personale e di quella delle aziende che voi rappresentate attraverso questo organismo.

A Prato, come è emerso dalla relazione dell'onorevole Cenni, la reazione delle forze dell'ordine, delle istituzioni e degli organismi preposti ha prodotto molti risultati, facendo emergere situazioni di illegalità e favorendo il recupero di merce contraffatta. Ci sono sicuramente dei segnali positivi.

Tuttavia, in Toscana – io conosco molto bene questo territorio e in particolare la realtà di Arezzo – comincia a essere evidente che alcuni fenomeni illegali si stanno spostando dall'area pratese, dove in questo momento c'è una reazione molto forte da parte delle forze dell'ordine e delle istituzioni, verso altri territori limitrofi.

Pochi giorni fa ero a un convegno nel Valdarno aretino. Immagino che la gran parte delle aziende di quell'area siano da voi rappresentate. Il distretto tessile la fa da padrone nell'economia di quel territorio. Mi veniva evidenziato da molte associazioni che c'è la sensazione che quel territorio cominci a essere interessato da un fenomeno simile.

Probabilmente quanto sta accadendo a Prato è un fenomeno positivo. Stiamo cominciando a intervenire attraverso un coordinamento sul sistema diffuso dell'illegalità che è lì presente.

Dall'altro lato, però, i commissari e io stesso abbiamo la necessità di comprendere se quel sistema di coordinamento debba essere esteso gradualmente, proprio come abbiamo voluto analizzare nella relazione relativa a quel *case study*, anche ad altre realtà, per evitare che il fenomeno non faccia altro che spostarsi da un territorio all'altro, senza che si possano sortire degli effetti sul complesso del sistema contraffattivo.

La ringrazio per la sua testimonianza, che mi è sembrata molto vera. La nostra Commissione ha audito molte figure, tra cui chiaramente le forze dell'ordine, la magistratura, i sindaci, le amministrazioni e le associazioni di categoria, però una voce così viva e così partecipata da imprenditore

è davvero significativa, perché ci dà veramente uno spaccato di cosa sta accadendo alle nostre imprese.

ORESTE PASTORELLI. Ringrazio il presidente della Consulta di Arezzo Sanarelli. Io sono convinto che quello che lei ha illustrato investa tutto il nostro territorio nazionale. Ha fatto molto bene la provincia di Arezzo a mettere insieme tutti gli imprenditori per creare una consulta, che sia in qualche maniera predominante verso il lavoro che le aziende fanno nel territorio.

Vorrei sapere se la Consulta realizza delle opere di sensibilizzazione verso il consumatore non solo ad Arezzo, ma nell'intera Toscana, e se si è creato in tutte le province che lei ha citato lo stesso sistema di sensibilizzazione.

Noi, a livello nazionale, stiamo facendo questo, e il presidente Catania si muove su questa direttrice. Stiamo cercando, attraverso gli auditi in questa Commissione, di raccogliere più materiale possibile, per intervenire e fare un provvedimento in Aula che diventi un punto fermo per il nostro *made in Italy*.

Io sono pienamente d'accordo su quanto lei ha espresso. Noi sappiamo cosa c'è dietro a questo sistema illegale. Se questo sistema perdura, portiamo il nostro Paese in una situazione particolarmente inadeguata.

Lei ha affermato che ci sono 8.000 partite IVA cinesi nel territorio toscano, che chiudono entro dodici-quattordici mesi dalla loro apertura. Vorrei sapere se riaprono negli stessi capannoni dove avevano la sede originaria, oppure li vendono e ne acquistano altri per spostare le loro aziende.

Le auguro un buon lavoro per il prosieguo di questa attività di fermezza sul territorio.

PRESIDENTE. A integrazione delle cose dette, faccio anch'io una piccola osservazione, ma anche una richiesta di chiarimento.

Quello che lei ci ha descritto è un fenomeno composito che si sta diffondendo, in cui la contraffazione in realtà è solo uno di una serie di elementi di illegalità.

Prendiamo a riferimento la vicenda pratese. Lei ci ha già detto, e il collega Donati lo ricordava, che c'è una tendenza ad estendersi dall'area pratese verso l'area di Arezzo. L'esperienza pratese ci insegna che la contraffazione è un elemento, ma in realtà c'è tutta una fenomenologia di illeciti, che comprendono la violazione delle norme sul lavoro, la violazione delle norme fiscali, una scarsa trasparenza nell'utilizzo dei materiali eccetera. Dunque, c'è la contraffazione, ma c'è anche una fenomenologia più complessa.

Di fronte a tutto ciò – lo ricordava il collega Donati, ma vorrei da lei una risposta precisa – quello che è stato fatto recentemente a Prato, con la regia della Regione e con la supervisione del Governo, è la risposta giusta? Quando lei parla di una cabina di regia, si riferisce a qualcosa di quel tipo, che andrebbe trasferito anche in altre realtà, in particolare in quella aretina, oppure pensa ad altre cose?

Do la parola al presidente Sanarelli per la replica.

MARCO SANARELLI, *Presidente della Consulta provinciale della moda di Arezzo*. Le tre cose sono collegate. Parto dalla seconda domanda.

La maggioranza di coloro che operano nel nostro territorio sono cinesi. Quella è gente che sa come muoversi. Loro hanno capito che nell'intervallo temporale dei dieci, dodici o quattordici mesi dall'apertura dell'attività i controlli non arrivano. Loro le chiudono proprio per questo, per non essere scoperti, oppure per non incorrere in sanzioni. I titolari non si trovano mai, ma c'è solo un gerente. Comunque, aprono e chiudono. C'è un'evasione di IVA che fa paura, perché hanno un sistema ormai consolidato. Non sto qui a spiegare come funziona, ma è molto semplice.

Aprono negli stessi capannoni, ma non ne hanno uno in proprietà. Riaprono negli stessi capannoni con un altro nome. Peraltro, si chiamano tutti nello stesso modo. Pensate che a Milano il cognome più diffuso è Hu. A Prato sarà un altro.

Non so se si può intervenire, anche perché è noto che ci sono molte poche transazioni bancarie per il pagamento dei

capannoni. Forse vado contro dei colleghi, ma d'altronde c'è una lotta dura e bisogna iniziare a mettere i puntini sulle i. Pagano tutto in nero. Fanno un miliardo in nero solo a Prato.

Si stanno spostando nel Valdarno aretino. Noi abbiamo avuto qualche esperienza diversi anni fa con la camera di commercio. Abbiamo cercato di denunciare le aziende che operavano a livello illecito, o comunque abbiamo sollecitato controlli. Anche in questo caso i risultati sono arrivati.

Relativamente alla cabina di regia, ritengo che debba essere intrapresa non ad Arezzo o a Prato, ma in tutto il territorio nazionale. Le aziende cinesi, pachistane o italiane sono trasversali. Del resto, il settore moda è trasversale a tutta l'Italia. Da nord a sud, da est a ovest, ci sono aziende che operano.

La cabina di regia deve essere quindi nazionale. Localmente può essere coordinata dalla regione, dai comuni o dalle camere di commercio. Il *format*, secondo me, si può trovare, ma è fondamentale l'incrocio di tutti i dati.

È vero che l'intervento di Prato forse ha scoperchiato la pentola. Si sapeva che bolliva, però a un certo punto è successo il fattaccio. Se si vanno a fare i controlli tutti i giorni, si trovano tutti i giorni le stesse cose. Pertanto, la cabina di regia deve essere creata su tutto il territorio italiano e con tutte le persone preposte.

Nel lavoro egregio che hanno svolto le forze dell'ordine c'è stato un bel coordinamento, ma non basta, perché, se non vado errato, le ultime sanzioni elevate a queste imprese dopo i controlli ammontano a 12 milioni. Parliamo di una goccia nel mare. I controlli vanno intensificati.

Signori, bisogna andare in guerra tutti i giorni e la cabina di regia è la cosa fondamentale. Occorre incrociare i dati di tutti gli enti preposti. Non è possibile che ognuno guardi solo i suoi. Questo è fondamentale. Non credo che ci siano altre parole per dirlo.

PRESIDENTE. Il suo messaggio è molto chiaro. L'intervento finale che lei ha fatto è una sottolineatura fondamentale. In so-

stanza, la scommessa è coordinarsi, avere una cabina di regia che sia efficace, estendendo a livello nazionale l'esperienza pratese.

Chiaramente questo implica, da un lato, un salto di qualità a Roma e, dall'altro, un salto di qualità sui territori. A Roma c'è un certo tipo di coordinamento che va fatto, mentre sui territori c'è un altro tipo di coordinamento operativo che va fatto. Entrambe le cose ovviamente sono indispensabili.

Io la ringrazio molto, presidente, e ringrazio anche coloro che sono venuti con lei oggi. Faremo tesoro delle cose che ci sono state dette. Non voglio dire che abbiamo sentito particolari novità. Come dicevo, è un anno e mezzo che stiamo lavorando,

quindi avevamo già le idee abbastanza chiare, ma un intervento sentito e accorato come il suo è sempre importante e di questo io la ringrazio.

Dichiaro conclusa l'audizione e dispongo che la documentazione prodotta sia pubblicata in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna.

La seduta termina alle 14.55.

*IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE*

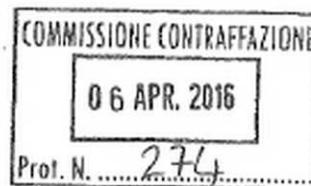
DOTT. RENZO DICKMANN

*Licenziato per la stampa
il 16 maggio 2016*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO

DOC. N. 63/1



9 Vetrina della Moda

Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO

Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD

Federazione della Moda
CNA AREZZO

Uniontessile CONFAPI AREZZO



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
 CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
 Sezione Moda
 CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
 Federazione della Moda
 CNA AREZZO
 Uniontessile CONFAPI AREZZO

CONTRIBUTO DELLA CONSULTA DELLA MODA DI AREZZO IN TEMA DI LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

1. La Consulta della Moda.

Le imprese manifatturiere del comparto moda di Arezzo hanno fatto sistema, costituendo circa un anno fa, la "Consulta della Moda", organismo associativo costituito da Confartigianato, CNA, Confindustria e Piccola Industria.

Attuando politiche di rete la Consulta punta a promuovere tutte le possibili iniziative a difesa e sviluppo delle aziende del distretto Moda di Arezzo (Abbigliamento, Calzature, Pelletteria).

L'obiettivo è quello di fare sistema, così da superare la difficilissima fase congiunturale e mantenere sul territorio l'intera filiera della moda, favorendo in tal modo alleanze tra le diverse aziende per competere sul mercato interno e su quelli internazionali, dai tradizionali a quelli emergenti.

Le aziende del settore moda e indotto nella provincia di Arezzo sono circa 1.900, per 14.000 addetti ed esportano oltre 1 miliardo di euro di "Made in Italy".

Dati Registro Imprese - Provincia di Arezzo - 31/12/2015

	Provincia di Arezzo		Italia	
	Imprese iscritte	Totale addetti	Imprese iscritte	Totale addetti
C 13 Industrie tessili	140	1.170	19.889	159.392
C 14 Confezione di articoli di abbigliamento	601	5.287	55.584	314.637
C 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili	413	4.686	25.605	314.278
C 151 - Pelletteria	176	1.527	11.706	190.635
C 152 - Calzature	227	3.038	13.557	122.479

Esportazioni - Provincia di Arezzo - anno 2015

	Provincia di Arezzo			Italia		
	2014	2015	Var. %	2014	2015	Var. %
Prodotti tessili	70.099.340	58.684.817	-16,3	9.745.467.062	9.860.552.334	1,2
Abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	288.748.972	302.976.604	4,9	18.871.737.157	19.054.164.005	1,0
Articoli in pelle	611.578.263	536.840.631	-12,2	9.876.435.037	10.153.607.705	2,8
Calzature	152.728.341	187.500.882	22,8	8.740.937.056	8.955.063.890	2,4
MODA	1.123.154.916	1.086.002.934	-3,3	47.234.576.312	48.023.387.934	1,7
Totale settori	6.526.752.639	6.720.447.485	3,0	398.870.413.894	413.881.348.775	3,8

*Consulta Provinciale della Moda*

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
Federazione della Moda
CNA AREZZO
Uniontesile CONFAPI AREZZO

2. La difesa dei consumatori e delle imprese nei confronti della contraffazione.

La contraffazione riguarda tutti i settori del diritto della proprietà industriale e intellettuale, anche se in maniera spesso significativamente differente. È da notare che le caratteristiche di tale fenomeno sono state in parte modificate dall'avvento e dalla diffusione della tecnologia: mentre originariamente la contraffazione era opera essenzialmente di organizzazioni clandestine che miravano ad ingannare il pubblico, oggi si è maggiormente radicata a livello sociale. Basti pensare alla tolleranza da parte della generalità del pubblico di alcune pratiche contraffattive quali la fotocopiatura integrale di testi o lo scaricamento di *file* audio-video da internet.

A seguito della profonda attività di riforma al Codice della Proprietà Industriale operata dal D.Lgs 13 agosto 2010, n. 131, sono state introdotte e modificate numerose disposizioni al fine di migliorare la tutela delle private industriali.

In particolare, infatti, tra le finalità che la Commissione nominata *ad hoc* si è attribuita in sede di riforma, vi era espressamente quella di "rafforzare e rendere più efficace la protezione dei diritti di proprietà industriale".

Peraltro, la definizione di "atti di pirateria", data dall'art. 144 del Codice, riecheggia quella presente nel Libro Verde redatto dalla Commissione Europea dal titolo "La lotta alla contraffazione ed alla pirateria nel mercato interno". Più nel dettaglio, i termini "pirateria" e "contraffazione", in tale contesto, indicano i prodotti, i processi e i servizi che sono oggetto o risultato di una violazione di un diritto di proprietà intellettuale, in tale definizione essendo inclusi non solo i diritti degli autori e i diritti ad essi connessi ma anche i diritti di marchio, brevetto per invenzione, disegni e modelli industriali, modelli di utilità e indicazioni geografiche.

Costituiscono, infatti, beni contraffatti non solo i prodotti che vengono copiati senza il consenso del titolare dei diritti, ma anche quelli prodotti in sovrannumero rispetto a quello previsto negli accordi commerciali.

I danni prodotti dalla contraffazione si possono riscontrare essenzialmente sotto due ordini di profili: da un lato, le aziende, indipendentemente dalla loro dimensione, subiscono importanti conseguenze economiche e d'immagine; in secondo luogo, i consumatori possono essere tratti in inganno, ad esempio, dall'utilizzo non autorizzato di segni distintivi.

3. La contraffazione nel mondo della moda.

Il comparto della moda è storicamente il settore più colpito dal fenomeno della contraffazione, soprattutto con riferimento alla sfera dei beni di lusso o, comunque, dei beni che occupano particolari ed importanti nicchie di mercato.

Con riferimento al mondo sartoriale e della moda tre sono i fenomeni contraffattivi di particolare rilevanza: quelli relativi ai marchi, ai prodotti e alle commercializzazioni.

La prima ipotesi si realizza in presenza di un'imitazione del marchio che può essere più o meno confusoria; in alcuni casi il marchio viene riprodotto fedelmente in tutto e per tutto e apposto

*Consulta Provinciale della Moda*Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZOSezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUDFederazione della Moda
CNA AREZZO

Unitontessile CONFAPI AREZZO

su prodotti simili o identici a quelli originali; in altri, invece, il marchio è soltanto simile, ma tale da richiamare alla mente del consumatore quello originale. Uno degli elementi che spesso vengono sfruttati nella creazione di marchi è il fattore mnemonico: il pubblico, infatti, quando vede un prodotto, non sempre ha un ricordo perfetto di come sia fatto il relativo marchio, per quanto rinomato possa essere. Ecco perché la registrazione e/o l'utilizzo di marchi molto simili a quelli più conosciuti è considerata una delle pratiche più pericolose nelle relazioni commerciali.

Sempre in materia di contraffazione di marchi, preme ancora dare conto di due ulteriori fenomeni: da un lato quello dell'utilizzo di locuzioni quali "falso d'autore", "ispirato da" e simili seguiti dalla riproduzione del marchio, dall'altro l'utilizzo di marchi registrati altrui in funzione descrittiva.

Nel primo caso si rientra nel caso della cosiddetta "contraffazione palesata". Sebbene pur sempre consistente in una forma di imitazione, si tratta forse di quella meno pericolosa almeno per il consumatore, il quale è generalmente ben consapevole del fatto che sta acquistando un falso. Naturalmente questo costituisce una ben magra consolazione per le aziende che subiscono comunque una perdita economica.

Vi sono, in ultimo, dei casi in cui un marchio registrato da terzi può essere utilizzato con funzione descrittiva. Tale ipotesi è abbastanza residuale nel campo della moda, ma è piuttosto comune nel mercato dei pezzi di ricambio. In tal caso il marchio altrui viene utilizzato per indicare la composizione o la destinazione di un prodotto.

Altra forma di contraffazione può riguardare i prodotti. Sotto questo profilo può accadere che vengano imitate le linee di un abito che, magari unitamente all'utilizzo di un marchio simile a quello della casa di moda che ha disegnato il prodotto originale, può indurre il consumatore ad acquistarlo credendo di comprare il prodotto di marca.

Ultimo aspetto che può essere investito dal fenomeno della contraffazione riguarda la commercializzazione di prodotti. In un caso, ma si tratta di una ipotesi di contraffazione molto avanzata, ci si può trovare di fronte ad un prodotto che viene creato e commercializzato utilizzando un marchio identico a quello della grande casa di moda senza che tuttavia questa lo produca in effetti. Si pensi, per assurdo, al caso in cui un contraffattore decida di commercializzare aspirapolveri utilizzando il marchio Armani, stilizzato nello stesso modo di quello della casa di moda.

Sotto altro profilo, invece, si collocano le cosiddette importazioni parallele, ossia quel fenomeno attraverso cui vengono commercializzati in una determinata area geografica prodotti originali che però non erano destinati a tale mercato, solitamente ad un prezzo decisamente inferiore rispetto a quello praticato sui capi o i prodotti "autorizzati".

La caratteristica di tale forma di contraffazione, che è forse la più pericolosa, è che il prodotto è originale in tutto e per tutto, ma il titolare dei diritti di sfruttamento economico sullo stesso non ne ha autorizzato la vendita.



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
Federazione della Moda
CNA AREZZO
Uniontessile CONFAPI AREZZO

4. Alcuni dati sulla contraffazione del settore tessile e moda.

Con riferimento al quinquennio 2008-2012, il Rapporto del MISE-IPERICO 2013 commenta stime dell'OCSE che quantificano in una percentuale pari all'8% quella del commercio mondiale costituito da merci contraffatte e riporta che, in Italia, la contraffazione è un'industria che vale oltre 7 miliardi di euro e la sua sconfitta garantirebbe circa 130.000 unità di lavoro aggiuntive (dati Censis). Quasi il 70% dei sequestri totali operati dall'Agenzia delle Dogane e dalla Guardia di Finanza nel quinquennio 2008-2012 è composto da prodotti afferenti i capi di abbigliamento, gli accessori di abbigliamento e le calzature. I sequestri nei settori abbigliamento, accessori di abbigliamento e calzature totalizzano nell'ordine i valori complessivi più alti nel quinquennio.

Tali dati sono in parte superati dai dati contenuti nel report dell'UAMI (Ufficio per l'Armonizzazione del mercato interno, ossia dei marchi e disegni comunitari) del luglio 2015 concernente i dati in materia di contraffazione dei settori abbigliamento-calzature-accessori, considerati congiuntamente. Secondo tale studio il complesso delle vendite di merce contraffatta per tale settore vale il 10% delle vendite totali di merce legale nei 28 Paesi UE. Sono circa 26 i miliardi di euro sottratti direttamente al fatturato complessivo del settore per effetto della contraffazione, con una perdita diretta complessiva nell'UE di circa 363 mila posti di lavoro. Se si considera l'indotto delle aziende non produttrici finali ma legate al settore la perdita di fatturato sale a 43,3 miliardi di euro, con la perdita di 518 mila posti di lavoro. A questi dati va sommata una perdita di oltre 8 miliardi di euro di entrate statali non riscosse per effetto di evasione fiscale e previdenziale. Per l'Italia la perdita di fatturato nel comparto dovuta alla contraffazione è di 4,5 miliardi di euro con una perdita di posti di lavoro sino a 50 mila unità (80 mila se si considera l'indotto).

I dati Iperico del 2008/2014 parlano di 4 milioni e 365 mila pezzi di beni sequestrati nel periodo di riferimento, per un valore - per il solo settore moda e abbigliamento - di 1,6 miliardi di euro.

Le imprese artigiane nei settori maggiormente esposti alla contraffazione (su dati Istat e Unioncamere). Nei settori esposti alla contraffazione - Tessile (Ateco 13), Abbigliamento (14.1), Articoli in pelliccia (14.2), Articoli di maglieria (14.3), Cuoio, borse, pelletteria e pellicce (15.1), Calzature (15.2), Gioielleria e pietre preziose (32.1), Giochi e giocattoli (32.4), Profumi, cosmetici, saponi (20.42) e Occhialeria - produzione lenti e armature (32.50.40 e 32.50.50) - si determina una forte concorrenza sleale su un mercato in cui operano 63.025 imprese artigiane, pari al 19,8% dell'artigianato manifatturiero italiano che danno lavoro a 188.901 addetti pari al 19,2% degli occupati del settore manifatturiero.

La pressione dalla contraffazione aggrava le già difficili condizioni congiunturali delle imprese operanti nel settore manifatturiero: nel complesso dei comparti esposti nell'ultimo anno si è registrata una flessione di imprese artigiane registrate pari all'1,4%.

In particolare in quattro grandi regioni manifatturiere si rileva una quota di artigianato esposto alla contraffazione superiore alla media nazionale (19,8%): in particolare la Toscana

*Consulta Provinciale della Moda*

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
Federazione della Moda
CNA AREZZO
Uniontessile CONFAPI AREZZO

mostra una incidenza più che doppia e pari al 42,9%; seguono le Marche con un terzo (35,0%) del Manifatturiero artigiano, l'Umbria con un quarto (25,5%) ed il Veneto con un quinto (21,5%).

In tal senso va segnalato che la Toscana oltre a registrare l'incidenza maggiore di imprese artigiane esposte alla contraffazione, ne conta anche il maggior numero: si tratta di 13.192 imprese che rappresentano un quinto (20,9%) del totale. A livello provinciale si rileva in particolare che in tre province l'artigianato esposto alla contraffazione rappresenta la metà ed oltre del Manifatturiero artigiano del territorio: a Prato si tratta di otto imprese su dieci (79,0%), a Fermo dei due terzi (66,6%) ed a Firenze della metà esatta.

Le 27 province con incidenza imprese artigiane esposte alla contraffazione sul Manifatturiero artigiano superiore alla media (19,8%): Prato 79% Fermo 66% Firenze 50% Arezzo 48,0% Pistoia 39,9 Maccrta 39,8% Rovigo 38,4 % Pisa 33,7% Teramo 33,0% Mantova 32,2% Alessandria 30,7% Modena 27,9% Biella 26,9% Perugia 26,9% Padova 24,4% Napoli 23,9% Roma 23,7% Bari 23,3% Ascoli Piceno 22,7% Milano 22,4% Venezia 22,1% Vicenza 22,1% Ancona 21,9% Varese 21,7% Rimini 20,9 % Reggio Emilia 20,7% Forli-Cesena 20,2%.

La contraffazione minaccia i diritti di proprietà intellettuale su 1.096.978 marchi depositati dalle imprese italiane negli ultimi quindici anni. Cresce la contraffazione on-line: triplicata la quota di sequestri di merci trasportate con corriere espresso e posta, che passa dal 5,7% del 2010 al 16,3% del 2014. Potenzialmente esposti al rischio di acquistare on-line prodotti contraffatti 3.125.000 utenti internet che acquistano in Rete prodotti di Abbigliamento e 2.734.000 che acquistano Apparecchiature elettroniche.

La contraffazione lede i diritti di proprietà intellettuale degli asset aziendali rappresentato da beni intangibili come i marchi, l'innovazione, il design. La contraffazione contrasta illegalmente gli investimenti effettuati dalle aziende italiane che in quindici anni (1990-2014) hanno depositato 1.096.978 marchi.

Inoltre nel periodo 2003-2013 le aziende italiane hanno depositato 103.245 domande di design presso l'UAMI (Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno) e nello stesso arco di tempo hanno depositato 43.606 domande di brevetto presso EPO, European Patent Office.

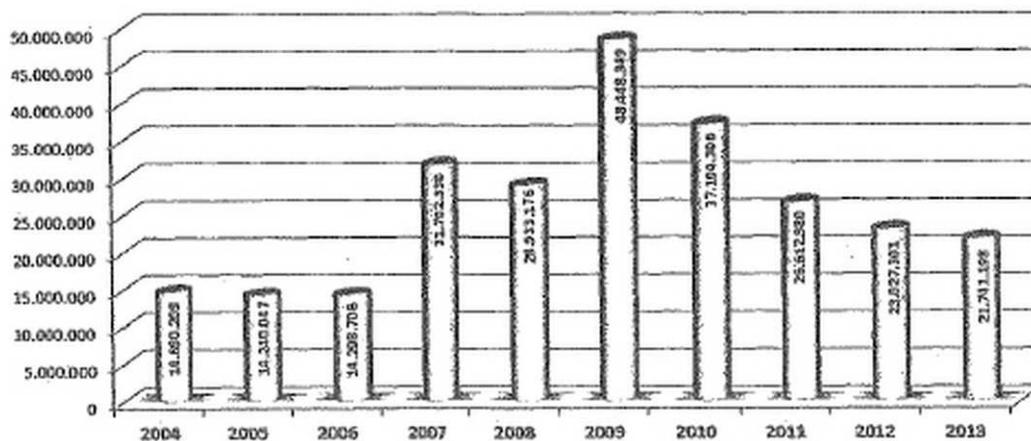
La Cina è il principale paese di origine dei prodotti contraffatti con il 80,1% dei prodotti sequestrati, a cui si aggiunge un 8,0% proveniente da Hong Kong (Commissione Europea 2015).

Nell'ultimo decennio, come illustrato nel grafico riportato alla pagina seguente, la sola Guardia di Finanza ha sequestrato oltre 260 milioni di prodotti appartenenti a questa categoria merceologica:



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
 CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
 Sezione Moda
 CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
 Federazione della Moda
 CNA AREZZO
 Uniontessile CONFAPI AREZZO



FONTE GDF

I distretti produttivi del falso scoperti dalla Guardia di Finanza su tutto il territorio nazionale sono stati 246 tra laboratori, fabbriche e opifici, e 735 depositi e magazzini per lo stoccaggio, localizzati soprattutto nell'hinterland partenopeo, nell'area fiorentino-pratese, Lombardia, Veneto, Lazio e Marche.

I traffici di prodotti contraffatti appartenenti al settore della moda, per la loro remuneratività, hanno attirato l'attenzione della criminalità organizzata, che ha trasferito nell'industria del falso le metodologie e le risorse un tempo impiegate nel traffico di sostanze stupefacenti e nel contrabbando di sigarette.

Ne sono un esempio le operazioni di servizio della Guardia di Finanza denominate "VIA DELLA SETA" e "ALI BABÀ" che all'inizio del 2014 sono sfociate nell'esecuzione di oltre cinquanta misure cautelari personali nei confronti di esponenti di spicco della criminalità organizzata partenopea.

Le indagini sviluppate sul campo hanno dimostrato che i canali di smercio dei prodotti contraffatti non sono appannaggio dei soli venditori ambulanti, ma in realtà, la "filiera del falso" è saldamente nelle mani della criminalità organizzata anche di matrice straniera.

Nell'operazione "COMPAGNIA DELLE INDIE" dello scorso anno, ad esempio, la Procura della Repubblica di Napoli ha disposto l'esecuzione di trentacinque ordinanze di custodia cautelare nei confronti dei componenti di un'associazione per delinquere i cui componenti erano in maggioranza di origini orientali.



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO

Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD

Federazione della Moda
CNA AREZZO

Uniontessile CONFART AREZZO

5. La protezione dei consumatori e delle imprese rispetto ai materiali impiegati.

Il commercio dei prodotti contraffatti comporta molteplici problematiche che spaziano dall'evasione fiscale allo sfruttamento di manodopera clandestina, al finanziamento della criminalità organizzata. Ma non solo: l'incauto acquirente, rischia di mettere seriamente a repentaglio la propria salute!

A seguito dei sequestri vengono sempre effettuati approfondimenti anche di natura tecnica e scientifica. Da tali studi è emerso che gran parte dell'abbigliamento e degli accessori contraffatti contengono in quantità superiori ai limiti imposti dalle Direttive Comunitarie:

- FORMALDEIDE, una sostanza usata come battericida e volta a prevenire il restringimento dei capi, è riconosciuta dall'AIRC sin dal 2004 come sostanza certamente cancerogena per la specie umana;
- ALCHILFENOLI, ovvero composti chimici particolarmente utilizzati dall'industria tessile nei processi di lavaggio e tintura, che in elevate quantità comportano un danneggiamento del sistema ormonale dello sviluppo sessuale e del sistema riproduttivo;
- FTALATI, comunemente usati per rendere più flessibile il PVC, ma resi indispensabili nelle industrie tessili per la lavorazione della pelle artificiale, e della gomma, sono presenti in molteplici prodotti anche e soprattutto nell'abbigliamento per bambini. Alcuni studi hanno dimostrato la loro pericolosità per l'apparato riproduttivo;
- RITARDANTI di fiamma bromurati e clorurati, che eliminano il rischio di infiammabilità dei prodotti tessili, usati soprattutto per gli indumenti da lavoro come protezione da fiamme e fonti di calore. Sono sostanze che per il loro effetto di mutagenesi, risultano essere altamente tossici e cancerogeni;
- COLORANTI AZOICI, i principali coloranti delle industrie tessili, alcuni di questi possono produrre ammine aromatiche che in determinate situazioni risultano essere cancerogene a seguito di un prolungato contatto con la pelle;
- COMPOSTI ORGANICOSTANNICI, sono una classe di molecole caratterizzate dalla presenza di un atomo di stagno. Utilizzati nelle vernici e altamente tossici, sono considerati tra gli inquinanti prioritari dalla normativa Comunitaria, è causa di gravi danni al sistema immunitario.
- METALLI PESANTI, sono contenuti in alcuni pigmenti coloranti e possono accumularsi negli organi interni per molto tempo e sono altamente tossici. Di seguito vengono indicate le controindicazioni di alcuni di essi:
 - mercurio: distruzione del sistema nervoso, danni al cervello, danni al DNA
 - nickel: embolia polmonare, difficoltà respiratorie, asma e bronchite cronica, reazione allergiche della pelle
 - cromo VI: danni ai reni e al fegato, problemi respiratori, cancro polmonare, morte

*Consulta Provinciale della Moda*Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZOSezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUDFederazione della Moda
CIA AREZZO

Uniontessile CONFAPI AREZZO

- o tallio: usato come veleno per topi, danni allo stomaco, al sistema nervoso, coma e morte, per chi sopravvive al Tallio rimangono danni al sistema nervoso e paralisi.

6. Le politiche di contrasto della contraffazione.

Per cercare di arginare la commercializzazione di prodotti contraffatti, garantire la necessaria tutela dei consumatori, l'azione può essere certamente rappresentata da una migliore politica di etichettatura di origine dei prodotti, come pure da una politica evoluta riguardante l'utilizzazione di sostanze e/o di prodotti chimici pericolosi.

Ma vicino a tutto questo serve anche una significativa azione di contrasto delle possibili contraffazioni dei prodotti, i quali danneggiano per molte ragioni gli acquirenti dei beni più diversi, ivi compresi l'abbigliamento, la pelletteria, le calzature.

A questo si affianca ovviamente l'esigenza di tutelare le aziende produttrici che, a causa della contraffazione, subiscono una concorrenza diretta o indiretta tutt'altro che leale.

E' evidente che serve un confronto stabile con tutti i protagonisti che hanno a che fare in un modo o nell'altro con i diversi aspetti della contraffazione: il mondo produttivo, le istituzioni, i consumatori. In particolare esiste (o dovrebbe esistere) un intreccio naturale tra:

- l'esigenza di giungere, malgrado le difficoltà presenti, ad una etichettatura dei prodotti in sede europea (Made-IN);
- la necessità di promuovere un contrasto deciso nei confronti della contraffazione, in difesa dei consumatori e delle imprese;
- l'esigenza di proteggere consumatori e imprese rispetto ai materiali pericolosi potenzialmente presenti nei prodotti finiti (REACH).

Servirebbe dunque ricomporre in un quadro unitario la politica nazionale ed europea nella direzione richiamata.

Va ricordato che l'applicazione della marchiatura d'origine sui prodotti costituisce un elemento fondamentale affinché i consumatori possano valutare in modo consapevole le proprie scelte d'acquisto.

Positiva la proposta di legge "Disposizioni per l'introduzione di un sistema di tracciabilità dei prodotti finalizzato alla tutela del consumatore". La proposta di legge ha il merito di valorizzare gli aspetti distintivi della manifattura italiana, certificandone la filiera produttiva.

L'etichettatura d'origine è una tutela per i cittadini, poiché garantisce loro il principio della trasparenza. Il principio è garantito da tempo a tutti i consumatori dei principali mercati mondiali, dagli Stati Uniti al Canada, dalla Russia alla Cina al Giappone, ecc.

L'introduzione dell'etichetta d'origine obbligatoria non è una misura protezionistica, come tendenziosamente la gran parte dei grandi importatori sostiene né rappresenta un ostacolo al principio di libera circolazione delle merci o una violazione delle norme commerciali internazionali.



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
 CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO
 Sezione Moda
 CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD
 Federazione della Moda
 CNA AREZZO
 Uniontessile CONFAPI AREZZO

Anzi, incoraggia un interscambio a parità di condizioni competitive tra tutti i soggetti del mercato europeo.

Il "Made-IN" non è una misura dunque che favorisce unilateralmente l'Italia o altri Paesi, ma è un modo per tutelare tutti i consumatori e garantire loro una corretta informazione sui prodotti acquistati.

Il Made in Italy rappresenta nel mondo il vero punto di forza dell'apparato produttivo nazionale. Dobbiamo difenderlo perché da esso deriva un sicuro vantaggio competitivo per tutta la nostra economia. Dobbiamo mettere in campo strumenti efficaci di tutela delle vere produzioni italiane.

Una vera e propria operazione culturale! I giovani devono capire e prendere consapevolezza di ciò che realmente si muove dietro alla contraffazione, devono acquisire cultura della qualità, del valore intrinseco di un buon prodotto, del valore aggiunto dato dal saper fare.

Una grande battaglia per la legalità che deve essere affrontata e combattuta, senza se e senza ma, da tutti noi: le Istituzioni, il sistema delle rappresentanze datoriali e dei lavoratori, con i cittadini tutti in prima linea.

In termini di politica di contrasto rispetto alla contraffazione abbiamo identificato le seguenti priorità:

- a) Intensificazione controlli doganali: le agenzie pubbliche italiane (Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza) hanno ottimi standard operativi, anche in confronto agli altri paesi europei. Sarebbe opportuno ampliare la loro possibilità di azione sia per quanto riguarda le risorse impegnate sul fenomeno che per la dotazione di strumenti tecnologicamente avanzati in questo campo. Occorre inoltre favorire l'interazione tra agenzie pubbliche e forze dell'ordine impegnate nella lotta alla contraffazione e le aziende colpite dal fenomeno.
- b) Lancio di un'operazione di monitoraggio permanente delle vertenze giudiziarie in tema di contraffazione. In modo particolare, sarebbe fondamentale che i dati statistici di rilievo (sull'attività delle autorità di polizia e sui flussi amministrativi e doganali) siano integrati in maniera costante con i dati provenienti dalla magistratura civile e penale, assegnando ad un unico ente di coordinamento, quale l'attuale CNAC, la funzione di rendere disponibili tali dati quanto meno alle associazioni di categoria.
- c) Applicazione delle norme esistenti prima fra tutte la tutela penale della proprietà intellettuale. La magistratura penale (sia inquirente che giudicante) dovrebbe essere dotata di sezioni specializzate. La contraffazione rappresenta un fenomeno economico rilevante e pertanto si ritiene che un grande significato possa avere l'effetto deterrente di sanzioni di tipo patrimoniale (l'introduzione del sequestro conservativo dei beni ai fini del risarcimento del danno previsto dall'art. 144bis del Codice di Proprietà Industriale viene scarsamente applicato dai giudici civili).
- d) Sostegno tramite opportune agevolazioni, destinate alle piccole e medie imprese, dei processi di registrazione marchi, brevetti e modelli.



Consulta Provinciale della Moda

Federazione Moda
CONFARTIGIANATO IMPRESE AREZZO

Sezione Moda
CONFINDUSTRIA TOSCANA SUD

Federazione della Moda
CIA AREZZO

UNIVERSITÀ COMPTON AREZZO

- e) La merce contraffatta, se non dannosa per la salute del consumatore, potrebbe essere donata ad organizzazioni *no profit*.
- f) Attuazione di una normativa efficace contro la contraffazione on line: oscuramento dei siti internet e dei domini che effettuano violazione dei diritti di proprietà intellettuale e riconoscimento della corresponsabilità dei provider, dei fornitori dei servizi web e di tutti coloro che ne agevolano l'attività, oltre agli intermediari finanziari che gestiscono le transazioni economiche basate su bonifici o uso di carte di credito.
- g) Realizzazione di un unico data base: occorre favorire la connessione e l'interazione fra i data base pubblici esistenti a livello italiano (Ministero Sviluppo Economico, Agenzia Dogane, Guardia di Finanza, ecc.) ed europeo al fine di creare un unico punto di riferimento che, raccogliendo i vari dati, faccia sintesi e permetta una puntuale analisi e misurazione in tempo reale del fenomeno, consentendo un indirizzo coordinato degli interventi operativi da parte degli enti preposti.
- h) Attività di sensibilizzazione e formazione:
 - sia nei confronti del consumatore: con una significativa e continuativa campagna di comunicazione e sensibilizzazione affinché il consumatore percepisca in modo chiaro che l'acquisto di un prodotto contraffatto non è un 'affare', bensì un grave danno per società civile. L'ideale sarebbe quello di intervenire anche sulla formazione scolastica ed universitaria, inserendo nei piani di studio materie connesse alla proprietà intellettuale sia dal punto di vista giuridico che socio-economico: formare i giovani che poi entreranno nelle aziende significa dotarli degli strumenti culturali necessari per difendere consapevolmente i diritti di proprietà intellettuale delle imprese in cui lavoreranno;
 - sia nei confronti degli imprenditori: è importante che cresca ulteriormente tra gli imprenditori la consapevolezza dell'importanza della tutela preventiva della proprietà intellettuale che è un investimento e non un costo. Vanno sempre incentivati e promossi adeguati finanziamenti per la registrazione di marchi e disegni sia in Italia che all'estero.
- i) Promuovere tavoli territoriali di monitoraggio presieduti dalle Prefetture per la definizione ed il coordinamento di azioni di contrasto alla contraffazione aperte alla partecipazione degli enti locali, organi di controllo ed associazioni di categoria.

Arezzo, 5 aprile 2016

* La presente relazione è stata realizzata utilizzando dati e informazioni forniti da: Assocalturifici, Sistema Moda Italia, Unioncamere, Istat, Gdf.

Segreteria organizzativa c/o Confindustria Toscana Sud - Delegazione di Arezzo
Via Roma n. 2 - 52100 Arezzo
Tel. 0575 39941 - fax 0575 355748 - e-mail: info@assinder.it

11



17STC0017040