

X COMMISSIONE PERMANENTE

(Attività produttive, commercio e turismo)

S O M M A R I O

INTERROGAZIONI:

5-02130 Pellicani: Sulla crisi dei supermercati Simply	70
ALLEGATO 1 (Testo della risposta)	72
5-02832 Ziello: Sulla tutela dei prodotti <i>Made in Italy</i> , con particolare riferimento a una vicenda riguardante la Vespa Piaggio	70
ALLEGATO 2 (Testo della risposta)	75

INTERROGAZIONI

Giovedì 28 novembre 2019. — Presidenza del vicepresidente Luca CARABETTA. — Interviene il sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico, Gian Paolo Manzella.

La seduta comincia alle 14.05.

5-02130 Pellicani: Sulla crisi dei supermercati Simply.

Il sottosegretario Gian Paolo MANZELLA risponde all'interrogazione in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 1*).

Nicola PELLICANI (PD), replicando, ringrazia il Sottosegretario per la risposta che permette di mettere a fuoco quale è lo stato della vertenza sulla crisi in titolo presso il Ministero dello sviluppo economico. Ricorda che la sua interrogazione risale al mese di maggio, quando ancora c'era incertezza in merito al possibile acquirente, con relativa preoccupazione dei lavoratori interessati. Preoccupazione

che permane, in particolare nel Veneto, perché Conad non è un'entità unica, ma un consorzio frammentato in diverse realtà produttive. Inoltre, come risulta dalla risposta del Sottosegretario, i punti vendita di Auchan che entreranno in Conad non sono la totalità, ma il 56 per cento. Questo dato ovviamente preoccupa per la possibile chiusura di alcuni punti vendita, in mancanza di certezze sul loro assorbimento, con relativa ricaduta in termini occupazionali. Auspica che il Governo possa rendere al Parlamento un'informazione sul complessivo andamento della crisi oggetto dell'interrogazione.

5-02832 Ziello: Sulla tutela dei prodotti *Made in Italy*, con particolare riferimento a una vicenda riguardante la Vespa Piaggio.

Il sottosegretario Gian Paolo MANZELLA risponde all'interrogazione in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 2*).

Edoardo ZIELLO (LEGA), replicando, ringrazia il Sottosegretario per l'esauritiva risposta. Sottolinea come la sentenza del

Tribunale europeo apre di fatto il mercato europeo a un prodotto straniero, che già nel nome si propone di richiamare il marchio della Vespa. Concorda sugli strumenti citati nella risposta del Sottosegretario, inseriti nel decreto-legge crescita a tutela dei marchi storici italiani, anche su iniziativa di deputati del gruppo della Lega. Al di là della questione giudiziaria, che ovviamente riguarda soggetti privati, invita il Governo a mettere mano a tutti gli strumenti a sua disposizione per contra-

stare il fenomeno dell'*italian sounding* e tutelare le aziende italiane. Se, infatti, il mercato viene aperto a prodotti come quello richiamato nell'interrogazione in titolo, sorge un problema che non è solo di tutela del mercato stesso, ma di interesse nazionale.

Luca CARABETTA, *presidente*, dichiara concluso lo svolgimento delle interrogazioni all'ordine del giorno.

La seduta termina alle 14.20.

ALLEGATO 1

5-02130 Pellicani: Sulla crisi dei supermercati Simply.**TESTO DELLA RISPOSTA**

Le questioni poste dall'Onorevole Interrogante riguardano una problematica – quella degli effetti dell'operazione di acquisizione Conad Auchan – da tempo all'attenzione del Ministero e di altri organi istituzionali, quale la Autorità antitrust che prevede la conclusione dell'istruttoria non prima del 20 dicembre.

Partiti con il marchio Rinascente nel 1961 a Milano, i supermercati *Simply* sono successivamente ceduti al gigante francese *Auchan*, che nel 2005 fonda una catena di supermercati medi e piccoli, con il marchio *Simply*, collocati in tutto il territorio italiano.

In seguito al via libera dell'Antitrust la « nuova » Conad potrebbe diventare un colosso con una quota di mercato intorno al 19 per cento, di cui il 6 per cento realizzato da Auchan e un giro di affari intorno ai 17 miliardi.

La situazione finanziaria dei supermercati Auchan si è progressivamente deteriorata negli ultimi anni.

Nello scorso anno Auchan Retail Italia aveva circa 1.600 punti vendita di vari marchi (compresi Auchan e Simply), un fatturato di circa 3,7 miliardi di euro e circa 18 mila dipendenti, mentre Conad aveva circa 3.300 punti vendita e ricavi per 13,4 miliardi.

Dai dati di Mediobanca emerge un contesto in cui Auchan ha visto calare il fatturato di quasi il 20 per cento e si sono moltiplicate le perdite balzate nell'esercizio 2017 a 275 milioni contro gli 82 milioni del 2013.

L'impegno del Ministero dello sviluppo economico in relazione della *Auchan* risale al 2018, anno durante il quale si sono tenute, presso lo stesso MiSE, riunioni per

accompagnare le trattative riguardanti la chiusura di alcuni punti vendita e per monitorare l'andamento complessivo dell'azienda su tutto il territorio nazionale.

In questo contesto di difficoltà è giunta, nel maggio 2019, l'offerta del Consorzio Conad, che ha avviato il processo di acquisizione di gran parte dei circa 1.600 punti vendita di *Auchan Retail Italia*: ipermercati, supermercati, negozi di prossimità con i marchi *Auchan* e *Simply*.

Tale operazione ha comportato la necessità di aprire due tavoli di crisi:

a) il primo dedicato alla cessione al gruppo Conad dei punti vendita *Auchan Retail Italia* presenti nelle varie regioni, tra cui il Veneto;

b) il secondo dedicato alla cessione delle attività di *Auchan Retail Italia* in Sicilia.

Il tavolo relativo alla cessione al gruppo Conad dei punti di vendita Auchan.

La prima riunione del tavolo dedicato alla cessione di *Auchan Retail Italia* al gruppo Conad in formazione plenaria ha avuto luogo il 28 maggio 2019 presso la sede del MiSE, alla presenza di rappresentanti delle due società interessate e delle sigle sindacali. L'accordo di cessione tra le due società è stato raggiunto il 31 luglio 2019.

Nel corso dei numerosi incontri, il MiSE ha sempre sottolineato il potenziale positivo dell'operazione di cessione, ricordando al contempo la necessità di un percorso condiviso tra le parti, al fine di garantire la sostenibilità del piano di acquisizione. Il MiSE ha sempre posto l'o-

biiettivo di mantenere integro il perimetro aziendale e salvaguardare i lavoratori.

In occasione dell'ultimo incontro del tavolo, tenutosi il 30 ottobre scorso, l'azienda ha presentato le linee guida e il cronoprogramma del piano industriale, il quale prevede la nomina di un nuovo consiglio di amministrazione e di nuovi organismi di controllo, oltre alla revisione delle deleghe operative. Ha, inoltre, annunciato il cambio di denominazione sociale, da « Auchan S.p.A. » in « Margherita Distribuzione S.p.A. », per gestire la fase di transizione, la quale si concluderà entro il 31 dicembre 2020.

I punti vendita Auchan che entreranno in Conad saranno 154, pari al 56 per cento della rete totale, mentre per taluni dei punti vendita rimanenti, sono in corso trattative per trovare altri acquirenti.

Per quel che concerne i punti vendita ceduti è già in atto una ristrutturazione del modello aziendale con priorità verso l'incremento delle vendite e una nuova politica dei prezzi, accompagnata da una razionalizzazione dei costi e una nuova strategia commerciale. Il piano prevede anche una ristrutturazione dei punti vendita con grandi superfici.

Il Tavolo relativo alla Sicilia.

Il tavolo ora è chiuso con vendita ad un operatore primario del territorio anche se le criticità non sono risolte.

La situazione occupazionale.

Dal punto di vista occupazionale, al momento dell'accordo di cessione (*closing*) gli addetti della rete Auchan erano 16.140, mentre oggi, al netto delle cessazioni di alcuni rapporti di lavoro per ricollocazioni, pensionamenti o altro, sono diventati 15.773. L'azienda ha assicurato che gli eventuali esuberanti saranno gestiti attraverso gli strumenti del pensionamento e prepensionamento, ricollocazione in Conad, cassa integrazione straordinaria, incentivo alla mobilità e accordi o formule con flessibilità per la salvaguardia occupazionale.

Al riguardo, il MiSE ha precisato che, prima di giungere a dichiarazioni di esubero, è necessario un lavoro di approfondimento sul piano industriale presentato, anche attraverso interlocuzioni dirette del Governo con la proprietà. Il MiSE non acquisisce, infatti, i numeri riguardanti l'occupazione come una dichiarazione di esubero, bensì solo come segnalazione di un problema rispetto al quale bisognerà lavorare congiuntamente per trovare una soluzione condivisa.

Istruttoria ANTITRUST.

Da notizie della Direzione competente dell'Autorità Garante risulta che istruttoria è ancora in corso e non verrà chiusa prima del 20 dicembre p.v.

In particolare, l'Antitrust entro il suddetto termine dovrà pronunciarsi e stabilire se la concentrazione tra Conad e Auchan sia o meno restrittiva della concorrenza.

Come noto le possibili ipotesi di pronuncia dell'AGCM sono:

i) autorizzare senza rimedi;

ii) autorizzare con rimedi;

iii) vietare l'operazione di concentrazione.

Come noto, al suddetto termine per la chiusura dell'istruttoria da parte dell'Autorità, le parti ai sensi dell'articolo 16 comma 8 della L. Antitrust possono chiedere una proroga dell'istruttoria e quindi la decisione potrà slittare.

Dati da organi di stampa.

Conclusioni.

Appare evidente che l'esito dell'istruttoria attualmente in corso presso l'Autorità Antitrust è propedeutica ad ogni iniziativa da parte del MISE.

Nel complesso, il MiSE continuerà a monitorare i processi di cessione aperti dai due tavoli paralleli sulla situazione Auchan, assicurandosi che sia portato avanti un percorso condiviso tra le parti, che i piani di acquisizione siano sostenibili e che sia salvaguardata l'occupa-

zione in tutti i punti vendita, compresi quelli con marchio *Simply* della regione Veneto.

Il MiSE ritiene necessaria, inoltre, l'apertura di un tavolo di confronto con le Regioni che consenta di valutare l'impatto territoriale.

ALLEGATO 2

5-02832 Ziello: Sulla tutela dei prodotti *Made in Italy*, con particolare riferimento a una vicenda riguardante la Vespa Piaggio.**TESTO DELLA RISPOSTA***Premessa.*

La questione all'esame muove da un caso concreto e giunge ad interrogare sulle attività a tutela del *Made in Italy* poste in essere da questo Governo.

Questioni di carattere generale.

Muovendo dalle questioni di carattere generale, è questa la sede per confermare che la tutela del *Made in Italy* è una delle priorità di questo Governo, ribadita dal Ministro Patuanelli nel corso delle audizioni relative alle linee programmatiche dell'esecutivo.

Questa attenzione è confermata da diverse misure:

a) marchi storici. Con il Decreto Crescita (Legge n. 34 del 2019), con il quale sono entrate in vigore le misure a sostegno del *Made in Italy*, sia sul fronte dei marchi storici che di contrasto all'*Italian sounding*. Con tale provvedimento, in particolare, si è voluto dare il via al registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale, cui potranno essere iscritti i marchi di impresa registrati da almeno 50 anni in Italia o con l'uso continuativo dimostrabile per lo stesso periodo di tempo. Inoltre, è stata riconosciuta la possibilità ai titolari dei citati marchi storici di ottenere un logo collegato alla qualifica del marchio, che potrà essere usato dalle aziende iscritte per fini commerciali e promozionali;

b) supporto alle imprese sul fronte della proprietà intellettuale. In questa direzione vanno, pertanto, le misure per

l'attività deputata al deposito e alla concessione dei titoli di proprietà industriale (registrazione marchi, disegni, brevetti). Attività ritenuta indispensabile per stimolare proprio i processi innovativi che, una volta realizzati, abbiano garanzia di tutela.

Ebbene, a tal riguardo rappresento che entro la fine del 2019 è previsto il finanziamento di nuovi strumenti e il rifinanziamento di misure per un totale di 55 milioni di euro:

Bando Disegni+;

Bando Marchi+;

Bando brevetti+;

Bando UTT (Uffici per il trasferimento tecnologico);

Bando POC (*Proof of concept* – propitazione);

Decreto attuativo del Voucher 3i;

Decreto attuativo dell'accesso al Fondo di Garanzia per le PMI per i titolari di marchi storici di interesse nazionale.

Lo scopo di queste misure è quello di offrire, soprattutto alle imprese di piccola dimensione, strumenti in tema di innovazione, progettazione e *design*, al fine di sfruttare al meglio le loro capacità sul mercato nazionale ed estero, anche in un'ottica premiale dell'innovazione;

c) utilizzo delle nuove tecnologie per la tracciabilità del *Made in Italy*. Con il progetto pilota «La Blockchain per la tracciabilità del *Made in Italy*», che vede

il Ministero dello Sviluppo Economico in prima fila con il supporto di IBM e la collaborazione di associazioni e aziende della filiera del tessile italiano. Si tratta di un primo modello sperimentale che risponde a precisi bisogni e che può crescere con un approccio progressivo e una visione di lungo termine, oltre a risultare di facile replicabilità in altri contesti industriali. In proposito informo che il MISE sta valutando le opzioni disponibili per lo sviluppo di questa tecnologia e lancerà delle nuove sperimentazioni anche su altre filiere produttive, con un obiettivo di fondo: migliorare la tracciabilità, ostacolare la contraffazione e offrire al consumatore finale tutte le informazioni necessarie per un acquisto consapevole;

d) azioni di sensibilizzazione. È importante sottolineare, infine, che ogni procedimento in tale campo deve avvenire attraverso la definizione di politiche di

sensibilizzazione, azioni strategiche ed interventi finalizzati ad innalzare la consapevolezza dei consumatori e delle imprese sui danni derivanti dalle violazioni dei diritti di Proprietà Industriale.

Il caso specifico.

Nello specifico, con riferimento alla recente sentenza VES del Tribunale europeo menzionata dall'interrogante, evidenzio che è ancora possibile per l'azienda italiana interessata presentare ricorso presso la Corte di Giustizia dell'Unione europea contro la pronuncia del Tribunale dell'UE.

D'altra parte è fondamentale – in tal caso – anche l'azione che le sedi diplomatico-consolari italiane svolgono in Cina, in raccordo con l'ICE, a sostegno dei diritti di proprietà intellettuale delle aziende italiane.