

COMMISSIONE X
ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

4.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 31 LUGLIO 2019

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE BARBARA SALTAMARTINI

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Andreuzza Giorgia (Lega)	12
Saltamartini Barbara, <i>Presidente</i>	3	Binelli Diego (Lega)	13
Audizione del Viceministro dello sviluppo economico, Dario Galli, sul Piano strategico nazionale anticontraffazione 2018-2020 (ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del Regolamento):		De Toma Massimiliano (M5S)	11
Saltamartini Barbara, <i>Presidente</i>	3, 9, 13, 16	Galli Dario, <i>Viceministro dello sviluppo economico</i>	3, 13
		Mor Mattia (PD)	9
		Paxia Maria Laura (M5S)	13

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Partito Democratico: PD; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Fratelli d'Italia: FdI; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-Civica Popolare-AP-PSI-Area Civica: Misto-CP-A-PS-A; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Noi con l'Italia-USEI: Misto-NcI-USEI; Misto+Europa-Centro Democratico: Misto+E-CD; Misto-MAIE - Movimento Associativo Italiani all'Estero: Misto-MAIE; Misto-Sogno Italia - 10 Volte Meglio: Misto-SI-10VM.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE
BARBARA SALTAMARTINI

La seduta comincia alle 14.20.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso la trasmissione diretta sulla *web-tv* e la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione del Viceministro dello sviluppo economico, Dario Galli, sul Piano strategico nazionale anticontraffazione 2018-2020.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del Regolamento, l'audizione del Viceministro dello sviluppo economico, Dario Galli, sul Piano strategico nazionale anticontraffazione 2018-2020.

Saluto e ringrazio il Viceministro Dario Galli, a cui cedo la parola per lo svolgimento della sua relazione.

DARIO GALLI, *Viceministro dello sviluppo economico*. Grazie, presidente. Saluto tutti i deputati presenti. Nella mia esposizione leggerò una traccia che rende lo stato del situazione complessiva dell'argomento all'ordine del giorno dell'audizione odierna.

Partiamo dalla contraffazione, in relazione al contesto, all'impatto e alle caratteristiche.

Il commercio di prodotti contraffatti è un problema socioeconomico su scala mondiale e di lunga data che sta crescendo in

termini di dimensioni e portata mettendo alla prova l'efficacia dei sistemi di *governance*, la competitività delle imprese e il benessere dei consumatori.

Per il consumatore la contraffazione comporta anche rischi per la salute e la sicurezza e può ridurre il livello di soddisfazione soprattutto quando vengono acquistati inconsapevolmente prodotti contraffatti o di scarsa qualità.

Per i detentori dei diritti di proprietà industriale (DPI) e i loro rivenditori autorizzati la diffusione della contraffazione determina perdite di fatturato, mentre le violazioni dei marchi commerciali riducono costantemente il valore dei *brand* imponendo costi elevati per la protezione dei titoli di proprietà industriale (PI).

Per i Governi la contraffazione si traduce in una perdita di entrate erariali, in un incremento della disoccupazione e delle spese sostenute sia per garantire il rispetto delle normative anticontraffazione, sia per rispondere alla minaccia alla sicurezza pubblica causata dalle organizzazioni criminali che gestiscono il mercato dei *fake goods*, sia per eliminare le distorsioni del mercato.

Secondo un recente studio dell'EUIPO (Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale) e dell'OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico), nel 2016 il commercio di merci contraffatte rappresenta il 3,3 per cento del commercio mondiale, per un valore pari a 460 miliardi di euro, contro i 338 miliardi di euro stimati nel 2013.

Nello stesso periodo nell'Unione europea le importazioni di merci contraffatte costituiscono il 6,8 per cento di tutte le importazioni, per un valore di circa 121 miliardi di euro rispetto agli 85 miliardi di euro del 2013.

L'Italia si configura come il terzo Paese, dopo Stati Uniti e Francia, i cui prodotti sono oggetto di contraffazione. Sempre secondo l'OCSE, il valore delle importazioni di prodotti contraffatti in Italia nel 2016 ha raggiunto i 12,4 miliardi di euro, pari al 4 per cento delle importazioni di prodotti originali. Nello stesso anno il commercio mondiale di prodotti falsi che violano i marchi registrati italiani si è attestato a 31,7 miliardi di euro. Le mancate vendite per le imprese italiane a causa della contraffazione ammontano in totale a 31,9 miliardi di euro, di cui 7,9 miliardi di euro dovuti all'introduzione illegale in Italia di *fake goods* e 24 miliardi di euro, il 3,2 per cento delle vendite complessive, dovuti alla violazione dei diritti di proprietà industriale italiani nell'ambito del commercio mondiale.

Rispetto al valore delle merci italiane contraffatte e scambiate nel mondo, il 16,7 per cento riguarda il settore dell'abbigliamento (calzature e prodotti in pelle), il 15,4 è costituito da prodotti elettronici e strumenti ottici e il 13 per cento da prodotti agroalimentari. Sempre nel 2016, la perdita totale di posti di lavoro a causa del dilagare della contraffazione è pari a 88.000 unità.

I prodotti contraffatti importati in Italia provengono principalmente da Cina e Hong Kong e i prodotti che violano i *brand* italiani provengono principalmente da Cina, Hong Kong e Turchia. Circa il 61 per cento dei prodotti contraffatti importati nel nostro Paese è stato acquistato da consumatori inconsapevoli e il valore del danno ai consumatori, ovvero il costo che questi pagano ingiustamente nella convinzione di acquistare un prodotto autentico, ammonta a quasi 8,3 miliardi di euro.

Dalle analisi sull'impatto della contraffazione a livello internazionale e nazionale emerge come il fenomeno della contraffazione sia pervasivo e globalizzato, capace di mutare radicalmente le strategie di produzione e distribuzione dei prodotti contraffatti in funzione delle attività di prevenzione e contrasto messe in campo dalle autorità competenti, ma anche in relazione alle differenti specificità socioeconomiche di un territorio, cogliendo le nuove oppor-

tunità di *business* offerte dalla crescente diffusione di nuove tecnologie e dell'utilizzo della rete internet. Il fenomeno, che un tempo era incentrato sulla riproduzione dei beni di lusso, oggi coinvolge anche i beni di largo consumo in tutti i settori produttivi, costituendo una grave minaccia per il nostro *made in Italy*. In un contesto così complesso risulta necessario mettere in campo una risposta articolata e sistematica da parte di tutti gli attori a vario titolo coinvolti, quali amministrazioni, cittadini e consumatori, forze dell'ordine e forze produttive. Soltanto con un impegno unificato e sinergico e un lavoro di concertazione, partecipazione e condivisione delle scelte strategiche delle azioni di intervento è possibile adottare misure più efficaci di prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione.

Nell'ultimo decennio ad una sempre maggiore conoscenza del fenomeno della contraffazione e dei danni da esso causati all'intero sistema Paese è corrisposto un crescente coinvolgimento di tutti gli attori impegnati nel contrasto del mercato del falso. Il nostro sistema nazionale anticontraffazione si configura come un modello all'avanguardia nel mondo per la lotta alla contraffazione, un modello evoluto che può contare su un quadro normativo avanzato e su un assetto istituzionale efficace e coeso.

Passiamo al Consiglio nazionale per la lotta alla contraffazione e all'*italian sounding*.

Il Consiglio nazionale per la lotta alla contraffazione e all'*italian sounding*, il CNALCIS, è l'organismo interministeriale con funzioni di impulso e coordinamento delle azioni strategiche intraprese da ogni amministrazione al fine di migliorare l'insieme dell'azione di contrasto della contraffazione a livello nazionale e della falsa evocazione dell'origine italiana, ai sensi dell'articolo 145 del Codice di proprietà industriale.

Il CNALCIS, insediato formalmente il 22 dicembre 2010, ha sede presso il Ministero dello sviluppo economico (MISE) e per il triennio 2018-2020 è da me presieduto con

delega del Ministro dello sviluppo economico, onorevole Luigi Di Maio.

Per il triennio 2018-2020 il CNALCIS si compone di tredici membri effettivi: dodici rappresentanti dei ministeri e un delegato di ANCI. Al fine di rafforzare e rendere operativa l'efficacia delle attività di tutela e valorizzazione della proprietà industriale e di lotta alla contraffazione, il Consiglio si avvale di due Commissioni consultive permanenti che contribuiscono all'individuazione delle strategie e dei relativi interventi attuativi in linea con le priorità che il Consiglio per ciascun biennio si propone di perseguire: la Commissione consultiva permanente delle forze dell'ordine e quella delle forze produttive nella quale, per il biennio in corso, è entrato a far parte anche l'ICE (Istituto nazionale per il commercio estero) in linea con l'innovativa apertura del CNALCIS alle azioni di prevenzione e contrasto della contraffazione anche al di fuori dei confini nazionali per una tutela globale del nostro *made in Italy*.

L'operatività del Consiglio, avviata nel 2011, ha incontrato un significativo cambiamento nel biennio 2017-2018 aprendo una nuova fase nelle politiche anticontraffazione condivisa anche per l'attuale periodo 2018-2020.

La Presidenza del CNALCIS, coadiuvata dalla Direzione generale per la lotta alla contraffazione del MISE in qualità di Segretariato generale del Consiglio, ha fornito un nuovo impulso alle attività al fine di rendere più efficace l'azione. Nella sua nuova *governance* il Consiglio si configura come una cabina di regia finalizzata a favorire il reale coordinamento sinergico degli interventi attuati e proposti dai vari componenti. L'innovazione principale ha riguardato il potenziamento del ruolo delle amministrazioni partecipanti con un innalzamento del livello da tecnico a politico dei rappresentanti che ha notevolmente influito sulla pianificazione degli interventi connessi alla valorizzazione e alla tutela dei DPI e alla lotta alla contraffazione.

Veniamo alle cinque sfide del CNALCIS per il periodo 2019-2020. Nella riunione plenaria di istituzione del Consiglio dello scorso 13 novembre sono state infatti de-

finite e condivise cinque sfide verso cui indirizzare e far confluire le azioni e le iniziative dei componenti del CNALCIS per contrastare il mercato del falso nel biennio 2019-2020: la contraffazione *on line*; la sistematizzazione della normativa; il rafforzamento dei presidi territoriali ed *enforcement*; tutela dei marchi e delle indicazioni geografiche sui mercati esteri; sensibilizzazione.

Veniamo al Piano strategico nazionale 2019-2020.

Per indirizzare l'azione di tutti i membri nonché dei rappresentanti delle Commissioni, il Consiglio ha dapprima individuato le proprie priorità strategiche, le cinque sfide appena elencate, e successivamente ha adottato, nella riunione plenaria del 19 giugno scorso, un Piano strategico nazionale 2019-2020 che rappresenta il documento unico di programmazione della politica nazionale anticontraffazione, che integra e mette a sistema gli strumenti operativi per la prevenzione e il contrasto del mercato del falso, al fine di ottenere risultati concreti e tangibili nel breve e medio periodo anche grazie alla promozione e attivazione di *partnership* tra i soggetti attuatori delle iniziative.

Il Piano strategico nazionale 2019-2020, in linea con la *governance* del CNALCIS, è stato definito in base a un metodo aperto partecipativo e di concertazione di tipo *bottom up* tra il Segretariato generale, i membri del Consiglio e i componenti delle due Commissioni consultive permanenti. Il Piano raccoglie 53 iniziative anticontraffazione promosse dai membri e dalla Commissione consultiva permanente del Consiglio e le sistematizza in linea con le cinque sfide cui concorrono.

Obiettivo generale del Piano è da un lato quello di innescare un cambiamento culturale che porti a depotenziare la domanda di beni contraffatti favorendo una sensibile riduzione dei consumi illegali e dall'altro quello di contenere l'offerta di prodotti contraffatti con un'azione repressiva che coinvolge tutta la filiera dei prodotti falsi, dalla produzione alla commercializzazione sui mercati *on line* e *off line*, migliorando direttamente e indirettamente la capacità

del sistema Italia di crescere e competere a livello globale.

Andiamo ora ad analizzare più nel dettaglio quali sono le maggiori iniziative per ciascuna delle cinque sfide incluse nel Piano per raggiungere gli importanti obiettivi che il Consiglio intende perseguire nel periodo 2019-2020.

La prima sfida delle iniziative contro la contraffazione inserite nel Piano strategico riguarda la contraffazione *on line*.

La contraffazione *on line* è una delle principali priorità del Consiglio che ha l'obiettivo di rendere il *web* un ambiente sempre più sicuro per la distribuzione e la commercializzazione dei prodotti e dei contenuti creativi. Il commercio *on line*, infatti, se da un lato rappresenta un'opportunità per le imprese di ampliare i propri mercati e per i consumatori di accedere ad una più ampia varietà di prodotti e contenuti, dall'altro lato consente ai contraffattori di poter realizzare le proprie attività illecite nascondendo la propria identità e raggiungendo un numero potenzialmente illimitato di consumatori a livello globale.

Per meglio comprendere come si caratterizza il commercio *on line* di prodotti contraffatti e inquadrare il ruolo che i diversi intermediari possono avere nel condividere l'attività repressiva e sensibilizzarli sul tema delle violazioni dei diritti di proprietà industriale, il Consiglio ha, inoltre, avviato una serie di audizioni sul tema.

Nello specifico, in continuità con il lavoro avviato dalla Commissione parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo, si è tenuta a dicembre 2018 una audizione con alcuni *stakeholder* privati, Confindustria e INDICAM (Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione), particolarmente impegnati sul tema.

Inoltre, si è tenuta a giugno scorso l'audizione delle principali piattaforme *on line* quali Alibaba, Amazon e Ebay al fine di analizzare le problematiche connesse alla commercializzazione *on line* di prodotti contraffatti, valutare le misure di prevenzione e contrasto già adottate dagli operatori del settore e individuare possibili ini-

ziative e soluzioni operative da mettere in atto per prevenire e contrastare tale fenomeno in collaborazione con i componenti del CNALCIS.

Recentemente, all'inizio di luglio, inoltre, il CNALCIS ha svolto l'audizione dei servizi di pagamento per analizzare le modalità con cui i principali *players*, come ABI, MasterCard, PayPal e Visa, operano nell'ambito delle transazioni di *e-commerce* e individuare gli strumenti operativi e le prassi in atto a tutela del consumatore nel caso di acquisto inconsapevole di prodotti contraffatti. Si procederà poi a settembre con l'audizione dei servizi di spedizione, in particolare per sensibilizzarli sul problema delle piccole spedizioni di beni contraffatti che, ancorché numerose, ma polverizzate, possono sfuggire ai controlli e provocare indubbi danni.

La seconda sfida concerne la sistematizzazione della normativa.

Il Consiglio ha valutato opportuno promuovere la sistematizzazione della normativa sulla contraffazione, anche in ambito penale, al fine di rendere l'apparato normativo più efficace e in grado di rispondere alle sfide poste dall'impatto del fenomeno a livello globale ed alla diffusione delle violazioni dei diritti di proprietà industriale *on line*, creando al contempo un contesto più favorevole all'operatività delle forze dell'ordine impegnate in iniziative di repressione del fenomeno sull'intero territorio nazionale e nell'ambito del commercio *on line*.

In tale direzione opera un tavolo istituito dal CNALCIS che, assieme al Ministero della giustizia, sta esaminando proposte normative massimamente orientate a colpire gli introiti derivanti dal commercio di beni contraffatti.

La nostra idea è quella di mettere il Parlamento entro breve tempo nella condizione di legiferare su nuove fattispecie, quali, ad esempio: l'introduzione di una normativa che vieti l'*ambush marketing* ovvero il commercio parassitario connesso a eventi sportivi fieristici e dello spettacolo di rilevanza nazionale e internazionale; il contrasto all'*ambulante* illegale con la possibilità di colpire la mera detenzione per la

vendita; la confisca dei locali utilizzati per la produzione e commercializzazione di prodotti contraffatti; l'aggravante a effetto speciale per l'acquisto di prodotti contraffatti tramite i mezzi dell'*e-commerce*; favorire la distruzione immediata dei prodotti falsi istituendo anche un consorzio che ne gestisca lo smaltimento a livello nazionale; la problematica delle piccole spedizioni di merce contraffatta con lo scopo di rendere più rapidi ed efficaci i controlli sulle spedizioni di piccoli quantitativi di merce; il divieto di esercizio di attività commerciali in caso di condanna per reati di contraffazione; la possibilità di estendere il DASPO (Divieto di accedere alle manifestazioni sportive) urbano ai venditori ambulanti di prodotti contraffatti; l'ampliamento delle possibilità di sequestro e confisca automatica per chi favorisce i contraffattori nell'espletamento dell'attività illegale; la decadenza da alcuni diritti, come, ad esempio, quello del reddito di cittadinanza o dell'indennità di disoccupazione per chi commercializza o acquista consapevolmente prodotti contraffatti.

La terza sfida del CNALCIS riguarda il rafforzamento dei presidi territoriali ed *enforcement* volto a potenziare gli interventi anticontraffazione adattandoli alle specificità territoriali che connotano il fenomeno.

Obiettivo del Consiglio è altresì quello di favorire l'avvio e il consolidamento di forme di collaborazione tra tutti gli attori coinvolti nei diversi contesti territoriali, al fine di massimizzare i risultati delle azioni di repressione del fenomeno messo in campo dalle forze dell'ordine anche attraverso la sottoscrizione di protocolli di intesa territoriali con i prefetti considerati soggetti chiave sui territori per garantire l'efficacia delle azioni di prevenzione e contrasto della contraffazione a livello provinciale.

Rientra in questa sfida l'impegno del Ministero dello sviluppo economico, attraverso il protocollo sottoscritto con le Prefetture campane, per attività di formazione e sensibilizzazione degli studenti, anche universitari, delle imprese e delle forze dell'ordine al fine di orientare la consape-

volezza e la coscienza civile verso il rifiuto della contraffazione.

Gli episodi di contraffazioni che ogni giorno coinvolgono tutte le città italiane e la conseguente microcriminalità che mina la qualità della vita dei cittadini sono punti fondamentali dai quali partono numerose iniziative per garantire la sicurezza urbana, rafforzando le operazioni di contrasto in determinati periodi dell'anno come, ad esempio, nel periodo estivo sulle nostre spiagge con l'iniziativa «Spiagge sicure» promossa dal Ministero dell'interno che per la stagione estiva del 2019 prevede il finanziamento di attività di prevenzione e contrasto dell'abusivismo commerciale e delle vendite di prodotti contraffatti in cento comuni costieri.

Il Consiglio punta, inoltre, a rafforzare tali azioni in specifici territori, come le province in cui sono presenti in maggior misura opifici di produzione di prodotti illegali e nelle quali è dilagante il fenomeno del lavoro nero, come previsto dalle azioni congiunte tra gli ispettori del lavoro del Ministero del lavoro e delle politiche sociali e la Guardia di Finanza che potenzieranno le proprie attività di *enforcement*. Infine, è alta l'attenzione al fenomeno della contraffazione in occasione di eventi speciali. Si pensi alla prossima manifestazione sportiva UEFA 2020 per la quale si sta lavorando ad un piano di tutela della proprietà intellettuale UEFA 2020, un programma di prevenzione e protezione e contrasto dei diritti di proprietà industriale attraverso campagne di comunicazione e potenziamento delle attività di repressione delle forze dell'ordine.

Nell'ambito delle attività dedicate alla sfida, rafforzamento dei presidi territoriali ed *enforcement*, si è inoltre tenuta a maggio scorso, presso il Ministero dello sviluppo economico, l'audizione delle Polizie locali finalizzata ad analizzare le modalità operative a livello territoriale di contrasto al fenomeno della contraffazione e dell'abusivismo commerciale ed ad individuare ulteriori possibili strumenti da mettere in campo.

La quarta sfida del CNALCIS è relativa alla tutela dei marchi e delle indicazioni

geografiche sui mercati esteri, volta a rafforzare le azioni e gli strumenti operativi a tutela e a supporto degli imprenditori italiani che operano e intendono ampliare i propri mercati oltre i confini nazionali tutelando anche i nostri *brand* dal fenomeno negativo dell'*italian sounding*.

Con questa sfida il Consiglio rafforza la sua apertura internazionale con l'obiettivo di supportare il mondo imprenditoriale con particolare riguardo soprattutto alle piccole e medie imprese nel contesto transnazionale. Il Consiglio, tra l'altro, ha ampliato il ruolo dei *desk* dell'ICE oggi presenti in Turchia, Russia, Cina e USA e cioè la rete degli sportelli italiani per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale di assistenza per le imprese che operano in alcuni mercati strategici per le esportazioni italiane, promuovendone una funzione proattiva all'interno di manifestazioni ed eventi come le fiere di settore, momenti fondamentali di contatto diretto con le imprese. In particolare, sull'*italian sounding*, con il recente decreto-legge n. 34 del 2019, convertito con la legge n. 58 del 2019, il decreto-legge « crescita », è stato istituito un ristoro delle spese legali sostenute all'estero dalle imprese italiane colpite dalla concorrenza dei prodotti con falsa origine italiana (articolo 32, commi 1 e 3). Si prevede, inoltre, di elaborare un atlante mondiale della norma di tutela per conoscere la geografia internazionale del falso e rafforzare, da parte italiana, le azioni diplomatiche di *capacity building* nei Paesi in cui i presidi a tutela dei diritti di proprietà industriale non appaiono ancora sufficientemente sviluppati.

Ultima sfida di notevole rilevanza per tutti i componenti del Consiglio è la sensibilizzazione. Il Consiglio, infatti, ha condiviso la necessità di comunicare, formare e informare *target* differenziati attraverso azioni strutturate e sistematiche utilizzando modalità comunicative di impatto.

Il CNALCIS punta ad agire sulla percezione del fenomeno per produrre un cambiamento culturale e innalzare la consapevolezza della società civile, in particolare dei giovani, sulle conseguenze delle violazioni dei diritti di proprietà industriale, che influiscono negativamente sugli incentivi a

creare ed innovare, sullo sviluppo dell'economia e sulla qualità di sicurezza dei prodotti.

Le iniziative che il Consiglio mette in campo in tale direzione sono volte, inoltre, a creare occasioni stabili e continuative di confronto sul tema della contraffazione tra i diversi attori interessati e impegnati nella lotta al mercato del falso per individuare le strategie di prevenzione più idonee rispetto ad un fenomeno in continua evoluzione.

I principali *target* verso cui orientare le iniziative di sensibilizzazione del CNALCIS sono, come già indicato, soprattutto i giovani i quali, oltre ad apparire maggiormente tolleranti, rispetto al resto della popolazione, ad acquistare beni contraffatti, sono altresì una risorsa inesauribile e rappresentano ottimi *partner* che grazie alle loro connessioni internet costanti e alla loro presenza attiva sui *social network* possono contribuire come moderni *influencer* della diffusione virale della cultura della proprietà industriale e della lotta alla contraffazione verso i propri coetanei, massimizzando così i risultati e le attività di formazione rispetto agli strumenti di comunicazione più tradizionali.

È proprio ai giovani che è indirizzata, tra l'altro, la prima giornata nazionale per la lotta alla contraffazione per gli studenti che si terrà a Bari il 29 prossimo venturo, anche grazie alla collaborazione del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, che è entrato a far parte del CNALCIS di recente. Coinvolgeremo, con un *format* innovativo, non solo gli studenti locali, ma anche scuole di tutto il territorio nazionale e alcune scuole italiane all'estero per lanciare un messaggio sul disvalore della contraffazione.

In conclusione, possiamo dire che il Piano approvato a giugno prevede 53 iniziative coordinate attualmente in fase di realizzazione. Entro il prossimo novembre si terrà una riunione plenaria del CNALCIS per monitorare e condividere lo stato di avanzamento del Piano stesso con l'obiettivo di rilevare informazioni sullo stato di attuazione delle singole iniziative e della politica nazionale anticontraffazione nel suo complesso e sull'efficacia dei risultati rag-

giunti sul territorio in termini di contrasto del fenomeno, da condividere non solo tra i componenti del consiglio, ma anche con tutti i soggetti pubblici e privati interessati dalla *policy* nazionale.

Il nostro lavoro è importante, ma ancora lungo è il cammino per ottenere risultati positivi soddisfacenti. Il commercio dei beni contraffatti è un fenomeno che tende all'aumento, come confermano i più recenti dati OCSE. In particolare, cresce la quota di prodotti falsi scambiati nel mondo dal 2,5 per cento del 2013 al 3,3 del 2016. Questo dato appare ancor più preoccupante in Europa dove, nello stesso periodo, la quota passa dal 5 al 6,8 per cento.

Infine, tolta l'Italia, la Francia e pochi altri Paesi, appare piuttosto scarso il contrasto alla contraffazione operato nel mondo, anche perché non tutti hanno una forza industriale da dover tutelare come l'Italia.

Vi ringrazio per l'attenzione. Questo è un sunto, non proprio sunto, di quello che si sta facendo. Il dettaglio lo trovate nel Piano. Sono a disposizione per eventuali domande.

PRESIDENTE. Grazie, Viceministro.

Do la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

MATTIA MOR. Grazie, Viceministro, per la sua relazione.

Siamo pienamente coscienti come Partito Democratico dell'importanza del fenomeno della contraffazione e di quello che comporta per il nostro Paese. Lo siamo per le attività che sono state messe in atto dal nostro Governo, in particolare con l'attività del Ministero dell'agricoltura, e del Ministero dello sviluppo economico nella legislatura scorsa e personalmente ne sono cosciente anche a livello personale, perché, per essere chiari, mi sono occupato professionalmente di queste cose negli ultimi tre anni, lavorando alle esportazioni dei prodotti italiani su una grande piattaforma internazionale.

Proprio per questo abbiamo letto con grande interesse tutte le 112 pagine del Piano e le 53 proposte sui cinque punti che

lei ha sottolineato. Trovo che il vostro modo di operare sia in linea con il modo di operare del Governo, cioè che sappia identificare e sollevare i problemi magari in maniera puntuale, ma poi faccia poco per risolverli in maniera profonda e precisa.

Per esempio, nel decreto-legge « crescita » avevate fatto bene a identificare il problema della tutela legale all'estero dei prodotti colpiti dell'*italian sounding*, la creazione dei *voucher* 3I (investire in innovazione) per incentivare la registrazione dei brevetti e dei modelli industriali a livello internazionale e gli incentivi per la promozione delle fiere di settore. Tre cose, però, su cui le risorse che avevate messo e avevate allocato sia in termini di finanziamenti che in termini di credito d'imposta erano, a nostro avviso, troppo basse, troppo leggere e avevamo presentato con degli emendamenti a mia prima firma agli articoli 31 e 32 del decreto « crescita » una richiesta di ampliamento di queste risorse, emendamenti che, però, sono stati bocciati e neanche discussi.

Entrando nel dettaglio del Piano, come prima cosa voi parlate di contraffazione *on line*. Avendo, come ho detto, lavorato nelle piattaforme che lei ha citato mi è chiarissimo quale sia il problema di combattere il falso – questa ovviamente è la prima cosa – ma il suggerimento che le diamo è che un modo per combattere il falso è far sì che vi siano quanti più prodotti originali possibili sopra queste piattaforme. Quando i consumatori cinesi, americani o globali possono trovare in maniera precisa il prodotto sulle grandi piattaforme, riconoscerne le qualità, riconoscere il prezzo, capire il valore, capire il perché del *made in Italy*, questa è la prima causa di lotta reale alla contraffazione.

Per fare ciò il nostro Governo aveva messo in atto delle *partnership*, aveva cominciato delle *partnership* con le più grandi piattaforme digitali internazionali per aiutare la promozione del *made in Italy* sulle piattaforme stesse. L'abbiamo fatto con delle risorse, quindi si è cominciato questo lavoro nella scorsa legislatura, ma noi vorremmo vedere che questo lavoro continui in maniera ancora più forte, ancora più

profonda per far sì che ci siano quanti più prodotti veri e che rappresentano il *made in Italy* offerto ai consumatori globali cinesi e americani in prima battuta, e questo non lo vediamo nel Piano anticontraffazione.

Avete segnalato poi la necessità di utilizzare i *social media* e *influencer* per aiutare a ingaggiare la popolazione, la cittadinanza sulla lotta alla contraffazione. È giusto, però anche qui non abbiamo visto alcun tipo di risorsa dedicata a questo.

Voi fate parte di partiti di governo che sanno utilizzare molto bene i *social media* e hanno anche investito parecchie risorse per comunicare sui *social media*. Chi conosce il funzionamento dei *social* sa che la comunicazione digitale o si fa con tante risorse messe sul tavolo oppure non funziona. Se individuate un nucleo di *influencer* che possano aiutare l'Italia a comunicare la lotta alla contraffazione verso il pubblico, questo va fatto con una grossa portata di investimenti di *marketing* sulle piattaforme digitali, che nel Piano non c'è.

A pagina 51 del Piano parlate di tavolo di coordinamento delle iniziative di formazione anticontraffazione, dicendo che il protocollo d'intesa per la realizzazione delle iniziative contro la contraffazione e l'*italian sounding* rivolto ai giovani si pone l'obiettivo di condividere un programma di formazione unico da utilizzare nelle iniziative di formazione svolte da tutti i *partner* negli istituti scolastici italiani sul territorio nazionale ed estero con l'obiettivo di avvicinare sempre un maggior numero di studenti alle tematiche della proprietà industriale.

Ottimo, giustissimo, ma come questo si concilia con il dimezzamento che voi avete effettuato delle ore previste per l'alternanza scuola-lavoro?

Cambiamo argomento e andiamo sull'argomento principale della lotta alla contraffazione, ovvero gli accordi di libero scambio. Secondo i dati diffusi dalla Commissione europea relativi al primo anno di applicazione dell'accordo commerciale con il Canada, il CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement) l'*export* di prodotti agroalimentari sul mercato canadese

è aumentato oltre il 7 per cento dopo che è stato siglato l'accordo.

Confagricoltura ricorda che il CETA prevede la tutela e il riconoscimento di una lista che può essere estesa a indicazioni geografiche protette e di qualità dell'Unione europea in un Paese anglosassone dove, storicamente, vi è invece una predilezione per la proprietà industriale rispetto alle indicazioni geografiche.

Grazie all'accordo di libero scambio con il Canada, contro cui vi siete sempre opposti, ci ricordiamo, e che non avete ancora ratificato come Governo dicendo che ve ne occuperete chissà quando in futuro, ora i produttori italiani possono tutelarsi dalla contraffazione.

Confagricoltura dice che, secondo i dati UE, l'*export* agroalimentare italiano in Canada è aumentato in media dell'8 per cento, quindi oltre un miliardo di euro, con punte di oltre il 20 per cento per i formaggi, e per l'*import* di grano dal Canada, che era una delle tematiche principali di contrasto dello spauracchio da parte vostra, i dati sono positivi perché dopo un anno di CETA le importazioni di frumento dal Canada sono diminuite del 50 per cento.

In una lettera al Ministro Di Maio l'Associazione italiana commercio estero caldeggia la ratifica del Governo all'accordo tra Unione europea e Canada, cosa che vorremmo sapere quando verrà effettuata.

Inoltre, faccio alcuni esempi, il CETA ha aiutato le imprese italiane anche in termini di *italian sounding*. Lo ha fatto con la possibilità finalmente di commerciare Parmigiano Reggiano in Canada con il nome Parmigiano Reggiano o la stessa cosa con il Prosciutto di Parma andando a contrastare coloro che, invece, in maniera preventiva, avevano già registrato queste denominazioni.

In totale possiamo dire che, oltre ai dati del 2017, nel 2018 l'*export* verso il Canada è passato da 908 a 937 milioni di euro e i prodotti agroalimentari da 171 a 182 milioni di euro. C'è una cosa da sfatare, che è quella per cui gli accordi di libero scambio favoriscano le multinazionali. I fatti, come in questo caso, dimostrano esattamente il contrario, che le multinazionali,

laddove possono operare, operano comunque con grande capacità di imporre i propri prodotti. Sono gli accordi di libero scambio, invece, che possono favorire un tessuto di piccole e medie imprese che si basano fortemente sui marchi come quelle italiane.

In buona sostanza noi vorremmo sapere una volta per tutte qual è la posizione del Governo sugli accordi di libero scambio, il CETA, l'accordo con il Mercosur che dovrà essere ratificato anch'esso, e l'accordo con il Giappone per capire se voi siete un Governo che vuole essere protezionista o se siete un Governo che crede nel libero scambio come lotta alla contraffazione stessa.

Inoltre, e poi vado a concludere, la lotta alla contraffazione richiede ragionevolezza ed equilibrio. Nelle osservazioni fornite il 23 aprile sulla proposta di legge anticontraffazione gli affari legislativi di Confindustria sottolineano, invece, che i nuovi obblighi di tracciabilità ed etichettatura rischiano di creare oneri eccessivi per le piccole e medie imprese italiane, nonché di essere incompatibili con le norme europee sulla libera circolazione delle merci.

Inoltre, vista la grande enfasi del vostro Governo nei rapporti con la Cina, che da conoscitore della Cina vedo con grande vantaggio, vorremmo capire quali azioni sta portando il Governo nell'ambito dei rapporti bilaterali per la difesa delle imprese italiane in Cina, in particolare sui temi della proprietà intellettuale nei settori ad alto contenuto di creatività, quali strumenti state mettendo in atto affinché la Cina riconosca i diritti del *copyright* e più in generale tutta la tutela di proprietà intellettuale.

Infine, bene che nella vostra relazione, o meglio, non in questa relazione, ma nel Piano che abbiamo letto, si parli di *blockchain* come forma di tutela dell'agroalimentare. Però, anche in questo caso, è un po' un abbozzo, un imbellettamento il vostro parlare di *blockchain* perché in legge di bilancio voi avete messo 15 miliardi all'anno per tre anni per favorire iniziative sulla *blockchain* che, unite a quelle sull'intelligenza artificiale, sono delle risorse risibili nei confronti a quanto fatto, per esem-

pio, da Francia e Germania, che sono i nostri primi competitori su questo tema.

Detto tutto ciò, lei dovrebbe sapere meglio di me, signor Viceministro, che un Piano del genere, che è un Piano ambizioso, seppure un po' confusionario, funziona se ci sono tante risorse messe sul tavolo, mentre noi nel Piano non vediamo alcun tipo di risorse, non abbiamo visto ancora un decreto che parli delle risorse che voi volete mettere in campo per favorire questo Piano e per portarlo a compimento.

Dal momento che è un Piano che si chiama 2018-2020 dovrebbero esserci già delle risorse sul tavolo per favorire la lotta alla contraffazione. Vorremmo sapere dove troverete queste risorse, quante saranno, quando queste risorse verranno messe in campo e vorremmo avere risposte a tutto ciò che abbiamo sollevato noi e le associazioni di categoria che a noi si sono rivolte.

MASSIMILIANO DE TOMA. Grazie, Viceministro, per quello che ci ha adesso rappresentato.

Dobbiamo partire da un presupposto. Lei ha iniziato parlando di « acquisti consapevoli oppure no ». Purtroppo, sono convinto che la maggior parte siano consapevoli, perché la maggior parte delle persone, obiettivamente, compra consapevolmente sapendo che quel capo o quell'oggetto sia un oggetto contraffatto, perché comprarlo per strada o comprarlo in determinati ambienti come le spiagge vuol dire che non può essere il prodotto venduto nelle attività commerciali.

Da qui partono delle considerazioni che mi permetto di fare anche per cercare di incentivare il vostro lavoro, che è un lavoro ambizioso. Sicuramente la contraffazione, secondo me, non ha un colore, ma dobbiamo dare risposte concrete, perché le nostre attività soffrono quella che chiamiamo « concorrenza sleale » o addirittura qualcosa di più, perché comunque ci sono dei mezzi che dobbiamo mettere a disposizione, a tutela delle nostre imprese, dei nostri negozi che continuamente subiscono delle criticità sotto l'aspetto economico. Lei ha evidenziato il discorso *on line*. Su questo siamo tutti consapevoli che bisogna fare un grosso sforzo perché le piattaforme nascon-

dono delle insidie per il consumatore, perché, alla fine, è il consumatore finale che deve necessariamente andare a fare l'acquisto e lì bisogna sicuramente cercare di rendere l'aspetto più tracciabile del prodotto che si acquista.

Posso comprendere le difficoltà sulla tracciabilità, ma penso che sotto l'aspetto agroalimentare abbiamo avuto delle risposte importanti. Quindi, proprio da questo dovremmo partire per cercare di rendere la tracciabilità l'aspetto principale di tutti i prodotti che vengono venduti, in questo caso *on line*, perché sono uno degli aspetti principali.

L'abusivismo io lo metto parallelo all'*on line*, perché ciò che non compri *on line* lo compri per strada o in determinati luoghi.

Avete fatto incontri e audizioni, mi sembra che abbia citato la Polizia locale, che poi comunque è l'elemento più importante sui vari territori. Vanno dati degli strumenti affinché effettivamente ci sia la confisca dei mezzi o di quello che viene utilizzato, del prodotto. Poi, magari, queste sono valutazioni che si fanno direttamente con loro, ma soprattutto tutto deve essere legato a un Piano di comunicazione. Spiego il perché della comunicazione.

In questo momento sostengo e vengo da uno dei settori della moda che lei ha citato, che è il primo più colpito. Se ne fa tanta di comunicazione, forse se ne fa troppa o forse se ne fa male. Magari bisogna individuare il miglior canale comunicativo per rendere tutti consapevoli di quello che si sta facendo. Questo è il rischio.

Sulle segnalazioni penso che si dovrebbe creare con i vari territori una modalità di segnalazione che parta anche dallo stesso negoziante, perché molte volte i negozianti sono i primi a capire o a vedere le difficoltà dei prodotti venduti. Lo dico perché l'ho vissuto personalmente. Attraverso il lavoro di categoria si facevano segnalazioni che il più delle volte andavano alla Polizia locale, ma poi c'era il rischio di perdersi nei meandri.

Si dovrebbe incentivare sempre di più il tipo di segnalazione e quindi controllare i prodotti che, ovviamente, in quel momento

vengono identificati come prodotti contraffatti.

Un tema importante è quello legato alla segnalazione, a tutto quello che ci stiamo dicendo, però, come sempre, il tema più importante sono le sanzioni e i controlli. Il tema sanzionatorio è importante, lo abbiamo, ma se va migliorato, miglioriamolo. Può essere un aspetto economico o può essere soprattutto anche la chiusura dell'attività stessa come il Viceministro ha citato prima sui diversi casi, ma soprattutto i controlli devono essere capillari.

In ultimo, il Viceministro prima citava il rapporto Italia-Francia. Sono le due nazioni che ovviamente tutelano maggiormente il proprio *made in*, mentre le altre nazioni credo abbiano poco da difendere se non — è una conseguenza successiva all'Italia *in primis* e alla Francia poi — per i prodotti di moda. È una importante battaglia che dobbiamo fare a livello europeo, perché questi sono temi sui quali l'Italia, ovviamente, non può essere lasciata sola, ma deve cercare una condivisione. L'invito maggiore è quello di tutelare il nostro *made in*. Vanno benissimo le strategie, mettiamo in campo quello che è possibile perché io non le nascondo che di lotta alla contraffazione ho sentito parlare, ma negli ultimi anni non ho visto nulla.

Invito a spingere sempre di più l'acceleratore su un tema così importante, perché è molto sentito sia dal consumatore, che soprattutto dalle piccole e medie imprese che in questo momento soffrono soprattutto per queste cose.

GIORGIA ANDREUZZA. Visto che il Piano nasce in qualche modo dal basso, con il coinvolgimento e il coordinamento di tutti i soggetti che sono gli addetti ai lavori, che hanno proprio il compito di intervenire, rimane quell'anello finale che, secondo me, è importantissimo e cioè far sì che il cittadino, le aziende riescano a segnalare, a non far sembrare che questa macchina la conosciamo, sappiamo che è molto importante, c'è un progetto grosso, però poi se ci allontaniamo e andiamo alla base, al produttore, oggi sembra quasi che non ci sia un punto di riferimento cui far

appoggio e veramente segnalare il problema.

Oltre a creare un punto di segnalazione, va comunque comunicato. L'invito che faccio, se sarà possibile, è proprio di utilizzare mezzi importanti, e penso anche ai *media*, alla pubblicità progresso, per far sì che il tema venga sensibilizzato sicuramente per invitare a non andare ad acquistare prodotti contraffatti, però, altresì, che ci sia una possibilità facile e pratica di segnalare, in modo che tutta questa macchina possa mettersi in moto in maniera molto continuativa e con la partecipazione del cittadino.

DIEGO BINELLI. Mi ha anticipato già la collega Andreuzza. Intervengo per rimarcare l'attenzione sulla partecipazione attiva del cittadino nel segnalare eventuali situazioni di contrasto alla contraffazione. Mi preme che questa azione sia istituita attraverso dei portali telematici, ma comunque garantendo al cittadino una riservatezza. Spesso e volentieri i cittadini non segnalano per paura di esporsi. Bisognerebbe trovare un modo per segnalare eventuali episodi, ma che nel contempo garantiscano anche la tutela della *privacy* del cittadino che va a segnalare.

MARIA LAURA PAXIA. Grazie, Viceministro, per la sua puntuale relazione.

Sono particolarmente contenta perché le cinque sfide che ho letto nella relazione sono in linea con una nostra proposta di legge, a mia prima firma, sulla lotta alla contraffazione e la tutela del *made in Italy*.

In particolare, una delle sfide, quella di contrastare la contraffazione sul *web*, viene affrontata nella mia proposta di legge dove vengono contemplate queste nuove forme di contraffazione che oggi colpiscono per la maggior parte le nostre aziende e producono un aumento di disoccupazione, quindi certamente è un fenomeno che va contrastato.

Abbiamo posto l'accento proprio sulla contraffazione sul *web* aumentando e inaspriamo le pene di un sesto. È un tema importante se consideriamo che la prima categoria merceologica più contraffatta al

mondo è quella dei farmaci. Quando parliamo di farmaci parliamo direttamente della salute dei cittadini, ed è un problema globale, oggi è una sfida che devono affrontare tutti i Paesi nel mondo.

Mi auguro che almeno in questo riusciamo a portare in Parlamento una legge che sia più condivisa possibile e che ci possa aiutare a valorizzare il *made in Italy*, ma in generale tutte le nostre imprese.

PRESIDENTE. Se non ci sono altri interventi, do la parola al Viceministro per la replica.

DARIO GALLI, *Viceministro dello sviluppo economico*. Grazie. Per quanto riesco, cerco di rispondere alle osservazioni e alle domande poste.

Parto dal fondo. Questo è un lavoro che si sta facendo da tempo, che è partito una decina d'anni fa in realtà, quindi, ovviamente, più Governi e più partiti ci hanno lavorato e hanno portato il proprio contributo. È un lavoro che sta andando avanti e per questo ringrazio la struttura del ministero. Abbiamo qui l'avvocato Teti, che è il dirigente responsabile che sta seguendo con grande impegno e competenza la questione.

Mi auguro che alla fine si arrivi a un provvedimento di legge che tenga conto di tutte le cose che si ritengono utili per affrontare il problema e che sia effettivamente il più condiviso possibile, nel senso che qui parliamo di un problema che riguarda l'economia nazionale, e non solo, i costumi, la sicurezza, la salute eccetera, quindi di interesse assolutamente trasversale.

Ognuno può avere le sue ipotesi di intervento che ritiene ovviamente migliori di quelle di altri, ma credo che qui più che la politica in senso stretto ci sia proprio la conoscenza dei fenomeni a livello personale, le sensibilità, le esperienze di ognuno, nella logica però di arrivare a una proposta che sia la più efficace possibile. Ovviamente, il fenomeno è qualcosa di tutt'altro che totalmente gestibile. Tutto quello che stiamo facendo, che è stato fatto e che si farà in futuro, credo debba essere fatto

nella logica di arginare un qualcosa, sapendo che ogni volta che si inventerà qualcosa per arginare ci sarà qualcun altro che inventerà qualcos'altro per superare le cose che si sono riuscite a mettere in campo.

La questione di fondo riguarda interessi economici fortissimi, perché ovviamente i prodotti di un certo tipo, che hanno quindi un certo mercato, una certa fascia di prezzo, se si riescono ad imitare con costi di produzione decisamente più bassi, danno origine a margini magari illegali, ma decisamente elevati e quindi ci sarà sempre qualcuno che passerà il proprio tempo a pensare a come fare per continuare nella sua attività illegale.

Detto questo, ovviamente, noi abbiamo il dovere di fare tutto quello che è fattibile per arginare il fenomeno. Partendo dalle osservazioni, in questi documenti che vi sono stati trasmessi c'è un po' lo stato dell'arte con le cose che sono state fatte e che si stanno facendo. Ovviamente, sono assolutamente perfettibili e assolutamente migliorabili. Mi sembra, però, che anche nelle osservazioni critiche una sorta di condivisione di fondo, quantomeno sulla linea generale che si sta seguendo, possa essere in qualche modo rilevata.

Vengo al primo intervento del rappresentante del Partito Democratico. Capisco bene che la questione delle risorse è sempre una questione importante perché ogni Governo ha fatto la sua parte, e sappiamo tutti bene che andare a trovare le risorse, per quanto si ritenga giusto quello che si deve fare e che deve essere adeguatamente finanziato, è sempre un problema non marginale.

Per cui, per quanto se ne possano mettere, tante o poche, potranno sembrare adeguate per chi lo fa e saranno sempre poche per chi in qualche modo ha transitoriamente un'attività di controllo di chi sta al Governo. Ne prendiamo atto, nel senso che certamente se si potranno mettere di più sarà un qualcosa che si farà assolutamente, perché riteniamo le cose da fare assolutamente importanti.

Sottolineo peraltro che in alcune situazioni non è necessariamente una questione di risorse e basta, perché, in realtà, molte

strutture esistono già. Per esempio, a livello di iniziative scolastiche non è che ogni volta che fai un'iniziativa devi in automatico cercare il finanziamento aggiuntivo per quell'iniziativa che normalmente è fatta all'interno di attività che vengono svolte nelle normali attività didattiche. Si può scegliere di fare una cosa anziché un'altra se in quel momento la si ritiene più importante. Se poi si fanno, ovviamente, iniziative particolari che richiedono mezzi, interventi di specialisti o quant'altro è ovvio che poi una quota anche di finanziamento aggiuntivo debba essere prevista. Credo che soprattutto con la buona volontà e la chiarezza di idee le cose si possano fare lo stesso.

Per esempio, all'interno delle iniziative che avete visto c'è la proposta di un cambiamento normativo riguardo due cose: una è il commercio *on line* fatto, rispetto a qualche anno fa, non con un *container* ogni tanto che arriva da Paesi sospetti al porto di Napoli o di Trieste e da lì viene smistato, ma con le centinaia di migliaia di pacchetti che singolarmente arrivano via aereo, per esempio, a Malpensa o a Fiumicino.

Con la normativa attuale, teoricamente, se trovi qualcosa di illegale dovresti « aprire » una iniziativa giudiziaria nei confronti di ogni singolo arrivo illegale. La trasformazione, per esempio, da penale ad amministrativo di quel tipo di intervento, che può sembrare migliorativa per chi ha commesso l'illecito, in realtà è peggiorativa: permetterebbe, a fronte di un prodotto manifestamente falso, l'immediata confisca e distruzione.

Questa attività, per esempio, non ha nessun costo, perché già viene fatta. È solo un cambio di normativa, al di là di quello che è stato detto di istituire comunque eventualmente un « consorzio » o un'organizzazione che magari potrebbe gestire a livello complessivo questa situazione. In questo caso un semplice cambio legislativo, quindi è una cosa che fa il Parlamento, dà origine, senza sostanziali costi aggiuntivi, a un'efficacia dell'intervento enormemente superiore.

La stessa cosa vale per il discorso dell'ambulante illegale, nel senso che oggi la confisca dei prodotti manifestamente falsi,

per dire una cosa che conosciamo tutti, non per sparare addosso sempre agli stessi, ma per dire una cosa che tutti abbiamo ben presente, per tutti i prodotti manifestamente illegali venduti sulla spiaggia oggi l'operazione di confisca e sequestro o meglio prima sequestro e poi confisca del bene è tutt'altro che facile.

Semplificare questa operazione da sola porta, senza particolari costi aggiuntivi, a una efficacia enormemente superiore nell'immediato, perché una volta che lo fai per un po' di tempo, quando il *business* non c'è più evidentemente comunque anche chi fa queste cose dovrà necessariamente cambiare strada. Ci sono delle cose dove è proprio la normativa che se è cambiata in maniera adeguata può diventare immediatamente più efficace senza costi aggiuntivi.

Prendo assolutamente buona nota delle cose che sono state dette dal deputato del Partito Democratico. Qualcuna può essere più o meno condivisibile, ma sono sicuramente osservazioni frutto anche dell'esperienza precedente che come minimo meritano di essere considerate ed eventualmente valutate per essere inserite nella proposta finale e definitiva del provvedimento di legge.

Faccio solo un accenno finale a due cose che mi sembrano non propriamente inerti, però l'argomento è ovviamente allettante e ne parliamo: il discorso del CETA e della Cina.

Sul CETA più che come Governo parlo come partito. Non voglio parlare come Governo perché il CETA è una cosa antecedente l'attuale Governo, quindi ogni forza politica in qualche modo aveva negli anni preso posizione su questa questione.

Noi non siamo contrari — rispondo già parzialmente alla seconda domanda — al libero scambio, anzi. Non abbiamo nessun motivo di essere qualcosa di diverso, però il libero scambio è libero soprattutto se è fatto a parità di regole. Altrimenti, è un finto libero scambio. È, in realtà, una libertà di fare quello che vuoi con magari una parte del mondo che rispetta le regole e una parte del mondo che le rispetta meno. Questo per dire che noi siamo attenti a queste cose.

Nel discorso del CETA è vero che magari qualche marchio italiano — una cinquantina su 150 — è stato ufficializzato in questo scambio, però, per esempio, si sono anche ufficializzati (il Parmesan su tutti) prodotti che fino al giorno prima erano comunque illegali, quindi venivano venduti lo stesso sapendo che non erano prodotti legali. In qualche modo si è data loro una patente di ufficialità. La nostra criticità non è stata tanto sul libero scambio con il Canada, ma sul fatto che per rendere ufficiali prodotti italiani, che mi permetto di dire erano ufficiali già anche prima del CETA, sono diventati ufficiali anche prodotti manifestamente nati imitando prodotti italiani o altri precedenti che così hanno avuto la patente di ufficialità anche loro.

Semplifico molto, ma questo è stato un po' il fondo del nostro ragionamento.

Sul discorso dell'incremento degli scambi, peraltro non è che parliamo di cifre epocali perché se da 908 siamo andati a 937 abbiamo aumentato di qualche miliardo, del 2-3 per cento in qualche anno, ricordo però che, secondo i dati forniti dalle organizzazioni anche negli anni precedenti all'introduzione del CETA, ogni anno c'era stato comunque un incremento nello scambio tra l'Italia e Canada. Non è che è arrivato il CETA ed è aumentato. Aumentava anche prima che fosse introdotto questo trattato.

Sul discorso della Cina, anche qui, senza pensare in un minuto di parlare di qualcosa che è enorme, perché parliamo ormai della prima economia del mondo reale, è chiaro che per lo meno da parte nostra c'è una certa attenzione, nel senso che da una parte è comunque una realtà talmente grande che, ovviamente, non si può far finta che non esista o avere rapporti commerciali facendo finta che non siano esattamente come poi sono in realtà. È una cosa di cui si deve prendere atto e rispetto alla quale si deve prendere qualche decisione.

È evidente, parlo a livello personale e comunque credo anche in relazione alla forza politica cui appartengo, che il problema principale che abbiamo oggi con la Cina, che ormai non è più un Paese emer-

gente povero, da aiutare, ma ripeto è la potenza numero uno dal punto di vista economico, è che quantomeno si debba cercare il più in fretta possibile di pareggiare la bilancia commerciale. Se è vero che da una parte sono un grande Paese esportatore e dall'altra si dice che però è una grande opportunità perché è un grande mercato, finché loro continuano ad esportare tre volte da noi rispetto a quello che noi esportiamo da loro è evidente che c'è qualcosa quantomeno da riequilibrare. In questo senso abbiamo un po' di attenzione in più: tutte le iniziative vanno benissimo se sono finalizzate solo non ad aumentare l'autostrada che porta i loro prodotti da noi, ma che magari anche in senso inverso porti qualche prodotto da noi a loro, quindi in qualche modo andare in questa direzione.

Altra questione è sulla sicurezza delle operazioni «sensibili». In un mondo che ormai è totalmente digitale dove la parte elettromeccanica legata alla sicurezza, pensiamo semplicemente e banalmente agli armamenti in senso lato, la parte digitale è enormemente soverchiante rispetto alla tecnologia elettromeccanica precedente, è evi-

dente che dare in mano le chiavi del *server* — mi esprimo in maniera impropria, ma ci intendiamo tutti — riguardante anche queste questioni ad aziende che sono dall'altra parte del mondo, qualche attenzione su questo io effettivamente ce la metterei.

Il concetto finale è che noi siamo assolutamente non protezionisti, sovranisti e tutte le cose che vengono dette, ma abbiamo attenzione alle cose di buon senso. Le cose che hanno un senso si fanno, le cose che magari sono politicamente corrette, ma non ci convincono, diciamo semplicemente che non ci convincono, hanno da parte nostra un pochino di attenzione in più.

PRESIDENTE. Ringrazio il Viceministro Galli per l'ampia relazione e la documentazione che ci ha consegnato per poter approfondire.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.20.

*Licenziato per la stampa
il 9 ottobre 2019*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



18STC0072860