

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SUI FENOMENI DELLA CONTRAFFAZIONE
E DELLA PIRATERIA IN CAMPO COMMERCIALE**

RESOCONTO STENOGRAFICO

12.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 16 MARZO 2011

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE GIOVANNI FAVA

INDICE

	PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:	
Fava Giovanni, <i>Presidente</i>	3
Comunicazioni del Presidente:	
Fava Giovanni, <i>Presidente</i>	3
Audizione di rappresentanti di Confindustria:	
Fava Giovanni, <i>Presidente</i> .	3, 6, 9, 10, 12, 13, 14
Ascierto Filippo (PdL)	9
Formisano Anna Teresa (UDC)	9, 13
Guglielmi Carlo, <i>presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione</i>	3, 10, 11, 12, 13, 14
Rainieri Fabio (LNP)	8
Sanga Giovanni (PD)	7
Vico Ludovico (PD)	7, 11, 13

PAGINA BIANCA

**PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIOVANNI FAVA**

La seduta comincia alle 14,15.

(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.

Comunicazioni del Presidente.

PRESIDENTE. Comunico che, presso l'archivio della Commissione, è pervenuta la documentazione del dottor Mazzei, presidente dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato e del dottor Filippo Ferrua Magliani, presidente di Federalimentare. Si tratta di documenti inviati ad integrazione dei quesiti posti nel corso delle due audizioni precedenti e che, per ragioni di tempo, non erano stati affrontati, nell'ambito del dibattito in Commissione.

**Audizione di rappresentanti
di Confindustria.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Carlo Guglielmi, presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione di Confindustria, accompagnato dal dottor Marco Felisati, vicedirettore della direzione politiche industriali, economia della

conoscenza, Europa e internazionalizzazione, dalla dottoressa Patrizia La Monica, direttore della direzione rapporti istituzionali, dal dottor Silvio Paschi, della Commissione per la tutela dei marchi di Confindustria, dal dottor Glauco Camerini Pollio, della direzione politiche industriali e dalla dottoressa Martina Dezi, della direzione rapporti istituzionali.

L'audizione odierna rientra nell'ambito degli approfondimenti che la Commissione svolge in merito all'analisi dell'impatto che la contraffazione e la pirateria producono sotto il profilo delle conseguenze, dei costi sulle imprese, sui rappresentanti di commercio e sui consumatori.

Faccio presente al nostro ospite che dell'audizione odierna sarà redatto un resoconto stenografico e che, all'occorrenza, qualora riteniate opportuno non dare pubblicità alle dichiarazioni che volete rendere alla Commissione, i nostri lavori possono proseguire in seduta segreta.

Al fine di dare ordine ai nostri lavori, propongo di articolare l'audizione di oggi iniziando con una presentazione da parte del presidente dell'attività svolta, al termine della quale potranno seguire eventuali quesiti da parte dei commissari. Naturalmente, laddove ciò fosse ritenuto da lei opportuno, potranno replicare alle domande poste anche i suoi collaboratori. Do ora la parola al dottor Guglielmi.

CARLO GUGLIELMI, presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione. Ringrazio la Commissione per l'opportunità offerta. Parlare di contraffazione è ormai per me un'abitudine, visto che da dodici anni me ne occupo come presidente di Indicam e da qualche anno anche come presidente della Commissione a ciò dedicata presso Confindustria.

Volendo definire la contraffazione, la potrei chiamare un flagello. Vi do subito due dati significativi che danno l'idea del fenomeno e della sua gravità. In base a stime Ocse, l'8 per cento del commercio mondiale è costituito da merci contraffatte. Secondo dato: in Italia si parla di 7 miliardi di prodotti contraffatti. Cosa vuol dire contraffazione?

La contraffazione presenta molti risvolti ma, a grandi linee, possiamo dire che esiste una contraffazione contro l'invenzione, cioè contro i brevetti: c'è gente che utilizza i brevetti, riproducendo esattamente ciò che questi dovrebbero coprire. Vi è una contraffazione del *design*, cioè vengono copiate pedissequamente forme di proprietà di altri. Vi è poi una forma di contraffazione data dalla pirateria nel campo della proprietà intellettuale, che non significa soltanto copiare dischi ma investe anche il settore industriale dell'arredo. Vi è una contraffazione dei marchi, in base alla quale vengono utilizzati marchi di proprietà di altri, contraffaccendoli. Infine, vi è l'abuso delle indicazioni di origine dei prodotti, cioè si certificano provenienze di prodotti in modo falso.

Le varie sfaccettature di questo fenomeno non sono mai così isolate ma, quasi sempre, si accompagnano l'una con l'altra e, in buona sostanza, la loro attività è — come dice la parola stessa — quella di fare qualcosa innanzitutto contro il mercato, perché il presentare sul mercato prodotti a basso prezzo copiati, quindi privi di quei costi che caratterizzano tutti i prodotti innovativi, significa però, molto spesso, produrre senza garanzie, sia in termini di qualità, sia in termini di sicurezza. È un fenomeno contro i consumatori, ai quali si vende un prodotto falso ma, soprattutto, il più delle volte, nocivo alla salute. È un fenomeno contro i Governi, i quali essendo impegnati molto spesso ad incentivare l'economia, si trovano in grave difficoltà proprio perché viene a mancare loro quel contributo in termini di fiscalità che quella quota dovrebbe consentire. È un fenomeno contro l'economia in genere, perché chi vuole investire, certamente, non fa ciò in paesi nei quali la contraffazione

si sviluppa a ritmo veloce e secondo cifre molto alte. Soprattutto, a mio giudizio, è un fenomeno contro un sistema di sicurezza sociale.

Pensate che, in più di un'occasione, nel corso di contatti avuti con le massime autorità in termini di lotta ai sistemi malavitosi organizzati ed alla mafia, ci veniva ricordato come recentemente erano stati scoperti molti casi nei quali il pizzo veniva richiesto attraverso l'imposizione della vendita di prodotti contraffatti. Si tratta, quindi, di un fenomeno di una gravità inaudita.

Davanti ad uno scenario di questo genere, davvero drammatico, proprio per le cifre che ho riportato all'inizio, Confindustria si è mossa, da tempo, con l'intenzione di contrastare questo fenomeno ma, prima ancora di chiedere qualcosa agli altri, ha pensato a cosa potesse fare lei in vista di tale scopo (e sono state fatte molte cose).

Di recente, è stata istituita una giornata nazionale anticontraffazione, alla quale partecipano tutte le associazioni che confluiscono in Confindustria ed alla quale sono stati invitati i maggiori organi di Governo, come il Ministero dello sviluppo economico, numerosi parlamentari, ministri e tutte le massime autorità, sia della Guardia di finanza, sia dell'Agenzia delle dogane. In tale occasione si è dibattuto su questi temi facendo riferimento a casi molto significativi accaduti nel recente passato.

Non solo, Confindustria è costantemente in contatto con il Ministero dello sviluppo economico e, segnatamente, con il Cnac — Comitato nazionale anti contraffazione — nato sulle ceneri di una istituzione che noi avevamo molto plaudito: quella del Commissario anti contraffazione.

Questi fenomeni non hanno solo carattere nazionale, ma si svolgono, in termini distributivi, sia attraverso la distribuzione tradizionale, sia attraverso una distribuzione illegale — quella che tutti conosciamo e che abbiamo davanti agli occhi

data dai mercatini invasi da borse e altro — sia attraverso un fenomeno sempre più vasto e importante: il *web*.

Alla luce di ciò, questo fenomeno non può essere ricondotto e contrastato soltanto attraverso le legislazioni nazionali. Già una legislazione europea è forse, a nostro avviso, ormai insufficiente a contrastare fenomeni che sono globali.

Gli ultimi dati in nostro possesso ci dicono che il fenomeno della contraffazione parte da alcuni paesi asiatici così come anche dai paesi dell'est Europa, dalla Turchia e dal Brasile. In molti di questi casi si tratta di paesi fuori dal territorio europeo, per cui è impossibile pensare di poter contrastare questi fenomeni con efficacia pensando solo ad una legislazione nazionale: bisogna, per lo meno, pensare a soluzioni a livello europeo ma, soprattutto, fare in modo che ogni accordo bilaterale con qualsivoglia paese al mondo preveda, al suo interno, dei capitoli riguardanti il fenomeno in questione e delle regole conseguenti in campo commerciale.

Ciò non significa che la contraffazione sia un fenomeno soltanto importato: c'è una contraffazione che — purtroppo — nasce e si esprime anche nel nostro paese. In questo senso, Confindustria ha operato in modo molto interessante, cercando di prevedere al nostro interno regole etiche e morali di comportamento su questo argomento (regole molto rigide che possono portare, nei confronti degli associati che si comportano in modo illegale su questo tema, a misure ben determinate).

Abbiamo avuto una serie di incontri — con il Commissario alla contraffazione prima, con il Cnac adesso — che hanno portato a decisioni importanti da parte del Governo, per esempio, l'organizzazione all'estero dei *desk* anticontraffazione all'interno dell'Ice. È questa una misura che riteniamo importante, che abbiamo supportato ma che necessita di ulteriore supporto e implementazione, sia in termini di risorse economiche, sia in termini di qualità.

Su questo fronte, riscontriamo, in taluni istituti Ice, una grande attività, molte

volte determinata dalla grande sensibilità di alcuni funzionari mentre, in altri casi, purtroppo, ci troviamo di fronte ad una totale insensibilità sull'argomento e, quindi, ad istituti che non intraprendono o propongono azioni sui vari territori.

Riteniamo fondamentale la legislazione attuale: riteniamo che essa sia sufficiente ma, altresì, che vada applicata con estremo rigore per poter ottenere qualche risultato. Riteniamo che la legislazione attualmente vigente vada, peraltro, implementata ed arricchita da normative molto precise in termini di *web*. Infatti, chiunque di noi dovesse in questo momento aprire qualche portale, si troverebbe di fronte ad una svariata offerta merceologica, dalla farmaceutica all'alimentare, dal tessile all'abbigliamento, al mobile, costituita da tutti prodotti contraffatti, i quali nascondono caratteristiche di grandissima pericolosità, oltre che dal punto di vista economico, anche per quanto attiene alla salute delle persone.

Questa normativa, a nostro avviso, non può che essere europea, dovendo andare anche al di là dei nostri confini, proprio per le caratteristiche del mezzo di comunicazione e di distribuzione usato: il *web*.

Per questo motivo, insistiamo affinché la Comunità europea — oltre al nostro paese — si faccia carico di portare avanti dei regolamenti a livello di Wto nell'ottica di riordinare la normativa del settore.

Da ultimo, la giornata anticontraffazione verrà ripetuta anche nei prossimi anni, addirittura, come Confindustria desidereremmo che questa giornata venisse portata a livello europeo. In questo senso, Confindustria è la prima federazione industriale a livello europeo che si è fatta carico di un problema così grande.

Troppo spesso in vari settori dell'opinione pubblica — ma anche delle istituzioni — si è fatta una grande confusione tra la difesa del *made in Italy* e la lotta alla contraffazione. Mi permetto di ribadire, ancora una volta, con grande determinazione, che si tratta di due argomenti assolutamente diversi: difendere il *made in Italy tout court* significa difendere tutte le aziende italiane che producono sul nostro

territorio, comprese però — è bene ricordarlo — anche le imprese che contraffanno. Lottare contro la contraffazione significa difendere i diritti delle persone e delle imprese che si comportano correttamente e combattere tutte le aziende, italiane o meno, che non si comportano legalmente.

Un'ultimissima annotazione riguarda il fenomeno — forse quello più apparente — della contraffazione dei prodotti di abbigliamento e di pelletteria. Voglio ricordare, a proposito di questa distinzione, che la contraffazione danneggia non tanto e non più le aziende di *brand*, ma tutte le piccole e medie aziende italiane che fanno un prodotto di alta qualità da un punto di vista realizzativo e produttivo avendo però deciso — per loro scelta — di non fare una politica di *brand*.

Chi compra prodotti contraffatti, normalmente, è un consumatore il quale, se capisse che quei prodotti non devono essere comprati, acquisterebbe invece prodotti non marchiati, ma di grande qualità.

I prodotti contraffatti in quel settore danneggiano, quindi, sia le aziende di *brand* ma, soprattutto, le altre aziende che non hanno fatto una politica di *brand* pur proponendosi sul mercato con prodotti corretti, dignitosissimi, di grande qualità — come nel caso del nostro artigianato e della nostra piccola industria — senza essere di marca.

Ho riassunto molto brevemente una serie di temi in modo tale che possiate incentrare l'attenzione sugli argomenti di vostro interesse.

PRESIDENTE. Prima di passare alle domande dei commissari, vorrei fare alcune riflessioni rispetto a quanto da lei riportato perché ci sono alcuni dati che andrebbero chiariti. Mi permetto quindi di anticipare i colleghi in questa fase per poi iniziare un giro di consultazioni.

Lei ci ha fornito dei dati particolarmente importanti che però mi trovano impreparato: il fatto che, più o meno, l'8 per cento del commercio mondiale riguardi merci contraffatte, è un dato che conoscevo. Sull'entità, invece, della

stima da voi fatta circa la quantità dei prodotti contraffatti in Italia — o meglio, il dato sul presunto volume d'affari della contraffazione italiana — vorrei fare qualche osservazione.

Ci avete detto che tale dato corrisponderebbe a 7 miliardi di euro, tuttavia, pur riconoscendo il fatto che stimare delle cifre relative al mondo del sommerso è sempre estremamente complicato (immagino che abbiate fatto anche delle valutazioni oggettive se pure con i limiti della necessaria approssimazione), la Guardia di finanza ci ha riferito dei dati diversi — non di molto, — parlando di 5 miliardi di euro.

Pertanto, se può spiegarmi meglio come siete pervenuti a questa cifra, ritengo che si tratti di un'informazione opportuna, perché il dato da lei riportato peggiora ulteriormente quello da noi conosciuto, che già avevamo ritenuto allarmante. Ci interessa molto avere qualche elemento in più in merito alla valutazione che avete fatto.

Sul tema delle normative non ho domande da farle, le dico semplicemente che il rapporto con la normativa europea ci ha appassionato in termini di dibattito e stiamo addirittura portando avanti una serie di iniziative bilaterali, proprio con l'Unione europea, per iniziare a confrontarci con i *partners* europei e verificare se esistano degli spazi di azione, anche nel senso di un'armonizzazione dal punto di vista normativo.

Il vostro appello, pertanto, è assolutamente assorbito e accolto, più che volentieri, dalla Commissione perché era già stato oggetto di dibattito in altre circostanze.

Per quanto riguarda la giornata anti-contraffazione, si tratta di un'iniziativa molto importante che però — devo rilevare — ha avuto un'eco tutto sommato modesta rispetto all'entità della vostra iniziativa, sicuramente apprezzabile. Come Commissione ci faremo carico di darvi il nostro contributo fattivo per l'iniziativa dell'anno prossimo, a maggior ragione se vorrete esportarla a livello europeo.

Le rivolgo infine una domanda abbastanza ricorrente. Siamo assolutamente

coscienti del fatto che esista un tema di contraffazione interna e che quindi esistono due binari completamente distinti fra la tutela del *made in Italy* da un lato e la lotta alla contraffazione dall'altro. Vi chiediamo però, se siete in grado, uno sforzo in più: visto che avete fatto un po' di stime e avete quantificato il fenomeno, avete un'idea di quanto incida, sui 7 miliardi di cui parlavamo, in termini percentuali, il mercato della contraffazione nazionale e quanto, invece, quello della contraffazione di prodotti importati? Spesso, infatti, ci siamo appassionati ai dati emersi nel corso di audizioni di altri soggetti i quali ci hanno raccontato che solo l'11 per cento delle merci contraffatte sequestrate in Italia viene bloccato in zone doganali. Pertanto, è chiaro che la gran parte delle merci che vengono sequestrate o in Italia c'erano già, perché qui sono state prodotte, oppure non sono entrate dal sistema doganale (o, perlomeno, ad esso sono sfuggite). Fatto cento, sarebbe importante capire, in percentuale, a quanto ammonta la produzione italiana di merci contraffatte: 10, 50, 70?

Anche questo è un dato che ci dà la possibilità di orientare la nostra attività investigativa in una direzione piuttosto che in un'altra. Do ora la parola ai colleghi deputati che intendono porre quesiti o formulare osservazioni.

GIOVANNI SANGA. Ringrazio innanzitutto il presidente Guglielmi per le indicazioni che ci ha fornito. Condivido fortemente il suo appello per cercare di armonizzare ogni iniziativa anche sul piano legislativo. Sono convinto che questa sia una strada fondamentale sia nel rapporto con l'Unione europea — lo sottolineo spesso in queste audizioni — sia con altre istituzioni a livello internazionale.

La novità che lei ci segnala consiste nell'opportunità di una normativa più specifica per quanto riguarda il *web*. Questo è un elemento che compare forse per la prima volta in queste audizioni in quanto, per i soggetti ascoltati sino ad oggi, la valutazione fatta della normativa nazionale è stata positiva e giudicata anche

abbastanza articolata e completa. Questo aspetto relativo al *web* merita da parte nostra un approfondimento e le chiediamo se non possa darci qualche elemento in più in tal senso.

Vorrei poi chiederle di specificare ulteriormente il discorso in merito all'attività del Comitato nazionale anticontraffazione, cui lei ha fatto riferimento. Se mi permette, per concludere, ho colto la sua provocazione nel distinguere tra la difesa del *made in Italy* e la lotta alla contraffazione. Tuttavia, è chiaro che quando si parla di *made in Italy* si parla della specificità e dell'originalità italiana ma anche di un'attività che rispetti la legalità. Diversamente, non so di che *brand*, di che marchio, di che valorizzazione possiamo parlare.

LUDOVICO VICO. Ringrazio il dottor Guglielmi per la sua presenza. Ritengo che stiamo seguendo un filo molto interessante per comprendere il fenomeno, tuttavia, dobbiamo provare a metterci d'accordo anche sul lessico. Penso che ciò sia importante: anche in presenza di opinioni differenti, dovremmo almeno avere un lessico condiviso.

Se penso al codice della proprietà industriale nella legislazione italiana — il decreto legislativo del 2005 — vi è un lessico preciso sulla proprietà intellettuale e/o proprietà industriale. Dedurrei, quindi (almeno, così sembra dagli ultimi atti ma potrebbe essermi sfuggito qualcosa, magari inserito in qualche provvedimento *omnibus*), che ingegno, invenzione, marchio, *brand* e *design* sono la stessa cosa, ovvero sono riconducibili al codice della proprietà industriale, quindi, della proprietà intellettuale. Un paio di secoli fa, in senso lato, ritenevamo che la proprietà intellettuale fosse solo la tutela dell'invenzione e dell'ingegno umano.

Dal punto di vista evolutivo siamo oggi in una condizione in cui gli strumenti di lotta per difendere la proprietà industriale, quindi, marchi, *brand*, ingegno, invenzione e *design*, necessitano sia della legislazione, sia di qualcuno che materialmente scenda in campo per fare ciò, sia di

una base culturale rispetto all'illegalità nelle sue diverse forme (nel nostro caso parliamo della contraffazione o del titolo improprio nell'appropriazione di un marchio, di un *brand*, di un *design*, di un'opera di ingegno, di un'invenzione). In altre parole, penso alla violazione della concorrenza (mi sono volutamente allargato, nel senso che se si è violato un diritto di quella natura, si lede il diritto alla libertà e quindi alla concorrenza). È estraneo a questo ragionamento, in base alle uniche leggi che abbiamo a disposizione, il diritto d'autore, che è escluso da questo coacervo. Tra l'altro, a tutela del diritto d'autore abbiamo una legge aggiornatissima, che mi sembra sia del 1941, quindi, un provvedimento veramente recente.

Se siamo in presenza della parte più sensibile in ordine alla proprietà industriale, la cosa non si può risolvere solo con un movimento culturale — che non fa mai male — o con un richiamo civico — che non fa mai male —, perché se si lede tale parte sensibile della proprietà industriale, stiamo parlando di violazione delle leggi.

Penso anche al caso — mi scusi la banalità — del consumatore che acquista la borsa dall'extracomunitario, con ciò offrendo un'immagine generica — che appena usciti da Palazzo San Macuto ci si riproporrà davanti — che a sua volta genera una percezione semplicistica di questo fenomeno, che invece è tutt'altra cosa e ben più complicato. Se è così, l'Europa ha un peso, tuttavia, proprio l'Europa non fa niente: da qualche parte bisogna dirlo.

L'ultima iniziativa — se non sbaglio — è stata quella di agire su *internet* — penso al rapporto di madame Gallo — ma si trattava di tutt'altra cosa, perché si interveniva sulla libertà d'opinione, non sulla tutela del codice della proprietà industriale.

Gli elementi che invece emergono dall'inchiesta che stiamo svolgendo, richiamano la necessità che gli attori della ricchezza, di questo nostro paese come dell'Europa, siano in grado di difendersi ricorrendo alle leggi e facendole rispettare.

Pensiamo al *made in*, su cui, in fondo, non siamo tutti d'accordo: *made in Europe*, è una cosa che non significa niente (questo esempio costituisce un ulteriore elemento a conferma del fatto che non siamo tutti d'accordo). Tuttavia, se non si è d'accordo sui fondamentali, la possibilità di condurre rispetto all'*import* — questo è il punto fondamentale — qualsivoglia azione a tutela della legalità, è chiaro che incontrerà grandi difficoltà.

Confindustria non è una associazione secondaria, né un attore di secondo piano in questo processo. Condivido molto alcune cose da lei dette (concordo sul fatto che la vostra associazione abbia anche bisogno al suo interno di codici per riconoscersi), tuttavia, a Confindustria, che è, in assoluto, la più importante delle associazioni d'impresa, chiediamo cosa essa fa con i suoi omologhi d'Europa, o meglio con i tedeschi, con i francesi: iniziamo a dire con chi avviene ciò (anziché chiedere se sono d'accordo gli ungheresi). Anche sulla lingua e sul marchio, alla fine, rischiamo di trovarci coinvolti in operazioni che non aiutano il *made in Italy*, il *made in Spain* o il *made in France*.

Questa soggettività, a mio parere, è importante nella dimensione europea. Poi ci sono le istituzioni: c'è la Commissione europea, c'è il Consiglio d'Europa, ci sono i Governi — c'è il nostro — e c'è questa Commissione che vuole ancora capire meglio come stanno le cose.

FABIO RAINIERI. Vorrei sapere dal dottor Guglielmi se può fornirci delle indicazioni sui protocolli firmati con le Forze dell'ordine — in particolar modo con la Guardia di finanza — e se sono stati ottenuti dei risultati (ci auguriamo che ciò sia avvenuto).

Una seconda domanda riguarda i compiti della vostra Commissione (mi riferisco, quindi, alla tutela dei marchi): quali sono esattamente questi compiti, quali effetti sono riscontrabili con riferimento alla vita dei consumatori e quali collegamenti esistono con le varie federazioni all'interno di Confindustria o di altre associazioni?

ANNA TERESA FORMISANO. Intanto vorrei scusarmi per il ritardo a causa di concomitanti impegni in Assemblea.

PRESIDENTE. Avevo anticipato ai nostri ospiti che lei stava intervenendo in Assemblea.

ANNA TERESA FORMISANO. Ringrazio i responsabili di Confindustria per la loro presenza. Vorrei porre tre questioni in maniera sintetica ma puntuale. Ritengo che, grazie alle audizioni svolte in questi giorni, ci siamo fatti un'idea abbastanza precisa su un punto: le leggi ci sono — magari sono anche buone — però vi è qualche problema nel vederle attuate.

Vorrei fare un esempio. Come anticipato dal collega Vico, probabilmente, uscendo di qui, incontreremo, nel nostro percorso per rientrare alla Camera, dei venditori ambulanti che smerciano prodotti contraffatti (tra questi, vi sono anche prodotti italiani).

Sappiamo che esiste una bellissima legge la quale prevede una multa per chi compra, per chi vende, nonché il sequestro della merce e via dicendo. Vorrei sapere, di fatto, in che misura è applicata questa legge. Noi, ovviamente, come legislatori, potremmo fare la nostra parte.

Partiamo da un presupposto: stiamo cercando di ascoltare tutti coloro che possono fornire un contributo utile alla nostra inchiesta per verificare in che misura questa Commissione può darvi una mano, verificando se sia necessario mettere in campo determinate azioni, proporre nuove leggi, modificare quelle che esistono. In buona sostanza — mi permetta signor presidente — questa Commissione è nata con un solo scopo: quello di mettersi al servizio di chi quotidianamente si occupa di questo fenomeno e verificare, come legislatori, come possiamo esservi utili.

Il nostro paese, in Europa ma forse anche nel mondo, per quanto riguarda la contraffazione è il più penalizzato in assoluto. I nostri marchi sono i più copiati, i più imitati, i più desiderati dagli acquirenti. Confindustria, di questo, ha ovvia-

mente piena percezione (perché le migliori case che fanno questi prodotti sono ovviamente affiliate a voi).

Fatta questa premessa e data la nostra disponibilità a lavorare e a collaborare, non sarebbe il caso di stringere degli accordi, al di là di quelli con le Forze dell'ordine, anche con l'Associazione nazionale dei comuni o con le province? È capitato (chi vi parla, oltre a fare il parlamentare, è stato anche amministratore in un comune di 40.000 abitanti) che i vigili urbani, sollecitati ad intervenire in determinati casi, abbiano obiettato che non si trattava di una loro competenza e che doveva intervenire la Guardia di finanza o la Polizia: c'è una sorta di scaricabarile ma, nel frattempo, il ladro è scappato.

Pensavo, allora, ad una sorta di protocollo, a livello nazionale, con le grandi associazioni — comuni, province — per mettere in campo azioni più incisive da questo punto di vista (non so se tali accordi esistono già con l'Anci o con l'Upi ma certamente sarei contenta se fosse così).

Inoltre, ho sentito parlare di giornata nazionale della contraffazione. Va bene, però poiché Confindustria è ramificata su tutto il territorio nazionale, con sedi provinciali autorevoli, la domanda che pongo è se non sarebbe il caso di fare ciò anche nei vari territori?

FILIPPO ASCIERTO. Mi scuso anch'io per il ritardo dovuto al protrarsi dei lavori in altra sede. Lei ha posto l'accento sulla necessità di una normativa europea, riportando dati che ci erano stati forniti anche nell'audizione precedente, quindi, confermando che esiste un grosso giro d'affari internazionale e nazionale che limita fortemente le imprese.

Come Confindustria — avete un numero importante ed elevato di associati — potreste farci avere le denunce sporte dalle grandi società — immagino che ne teniate traccia — che subiscono danni a causa della contraffazione, al fine di avere, in modo analitico e sintetico, visione del fenomeno?

Faccio un esempio. Giovedì scorso, dei vostri associati, che fanno macchine per il gioco collegate con il Ministero delle finanze, hanno fatto sapere — cosa per me nuova — che vi è una contraffazione di tecnologia e di schede che, da una parte, è una duplicazione della tecnologia brevettata italiana, dall'altra, è una truffa allo Stato, perché non si consente il trasferimento diretto di risorse dal gioco al Ministero delle finanze.

Sicuramente, disponendo voi di un quadro più analitico, vi chiedo se non sia possibile avere un elenco delle aziende che denunciano questo tipo di contraffazione, a ogni livello.

PRESIDENTE. Do ora la parola al presidente Guglielmi per le repliche. Avverto che abbiamo circa quindici minuti per cui valuti lei come impegnare al meglio il suo tempo. Le ricordo inoltre — è una consuetudine che si ripete per ogni audizione — che se sulla scorta delle domande rivolte, le quali possono essere particolarmente specifiche, preferite, in mancanza di dati puntuali, fornire una nota scritta nei prossimi giorni, potrete tranquillamente fare ciò. Tale documentazione verrà acquisita agli atti e diventerà parte integrante dell'audizione odierna.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Signor presidente, proverò a dare risposta a tutti i quesiti posti. I numeri che vi abbiamo dato, sono stati forniti dal ministro Scajola — quindi, dal Ministero — circa due anni fa.

Per quanto riguarda i rapporti con l'Europa, la contraffazione è un fenomeno globale, non più soltanto europeo, quindi, non ritengo che si possa combattere un fenomeno del genere soltanto con una legislazione legata al nostro paese. Per quanto riguarda i rapporti con l'Europa, però, dico subito, in modo molto chiaro, che ci vorrebbe quale commissario europeo che si occupa di questi fenomeni qualcuno che è interessato dai medesimi. Può essere un italiano, un francese, un tedesco ma non può essere un inglese, che

basa la sua economia sul *trade*, o finanziario o di merce; non può essere uno che viene dall'Olanda, che è il primo paese esportatore in Germania: e cosa esporta se non tulipani ed *emmenthal*? Non possono essere questi i rappresentanti a livello europeo su questo tema. Noi, con forza, ribadiamo sempre che deve essere uno di noi: deve essere un italiano.

La seconda riflessione, sempre a livello europeo, si ricollega al discorso della legislazione: quest'ultima c'è, tranne che sull'argomento riguardante il *web*. Questo è un fattore di grande pericolo perché l'incremento di fatturato delle organizzazioni malavitose, con la contraffazione attraverso il *web*, sta aumentando a dismisura ed è incontrollato, perché non c'è una legge e quindi nessuno può porvi rimedio. Soprattutto, a mio giudizio, è incontrollato perché dall'altra parte troviamo dei colossi economici mondiali che hanno e possono mettere in atto un'azione di *lobby* molto più forte di qualsiasi federazione industriale dei singoli paesi.

Una cosa, però, a livello di Europa potremmo fare. Se pensiamo al fatto che la contraffazione è un fenomeno soprattutto di *import*, noi abbiamo dei porti di accesso, che sono quelli veri e propri ma anche altri, in senso lato, come per esempio le fiere. Queste ultime sono un porto, perché costituiscono il momento in cui si presentano tutte le novità. Un altro porto sono, per esempio, le dogane dell'est Europa. Tutto questo va controllato.

Nel caso dei porti, per esempio, abbiamo un istituto — quello delle dogane — che fa il suo lavoro con estrema efficienza. Voglio dirlo con chiarezza: Guardia di finanza e istituto delle dogane sono straordinari per ciò che fanno, rispetto alle risorse economiche e agli uomini che hanno a disposizione. Tuttavia, se il porto di Rotterdam applica delle tariffe per il transito dei *container* che sono decisamente inferiori al porto di Napoli o al porto di Gioia Tauro, ciò a cosa è dovuto? Si deve anche alla mancanza dei controlli, perché se cominciano a controllare tutti i

container, si avranno dei tempi di percorrenza dei medesimi — con i relativi costi — che fanno alzare le tariffe.

Dove vanno i cinesi? Vanno dove pagano meno, cioè in quei porti dove le tariffe sono basse. Pertanto, anche con riferimento a questo aspetto, ci vorrebbe un accordo sulle tariffe portuali che, almeno per quella percentuale rappresentata dai costi di controllo, fosse uguale in tutti i porti. Ciò, ovviamente, vale per combattere il fenomeno della contraffazione di importazione, che è importante.

LUDOVICO VICO. Questa non è la stessa opinione dell'Agenzia delle dogane, anche sul calcolo che ci sta rappresentando. Non è il tasso di controllo che produce una tariffa (o perché la nave sta in rada, se è una nave *fidar*), per cui le sarei grato se ci aiutasse a capire meglio cosa sta suggerendo.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Sto suggerendo che ci siano tariffe portuali europee e che in tali tariffe si tenga conto di un'incidenza dei costi di controllo, uguali in tutta Europa. O meglio — più semplicemente — desidererei che i controlli nei porti di tutta Europa venissero fatti allo stesso modo: uno su mille *container*, dieci su mille, cento su mille? Va bene, a quel punto avremmo la certezza di un controllo uniforme. È come nel caso di una legge: essa andrebbe applicata su tutto il territorio europeo nello stesso modo. Qui non avviene questo: purtroppo questo non sta avvenendo.

Un altro aspetto che è stato ricordato riguardava l'insufficienza della giornata anticontraffazione organizzata. Vi è stata scarsa comunicazione ma, a questo proposito, ci sono due valutazioni, una fatta dal presidente, una dall'onorevole che, in parte, si elidono. Infatti, nell'organizzare per la prima volta quella giornata (e, quindi, come ogni cosa organizzata per la prima volta, sempre perfezionabile anche grazie ai vostri suggerimenti e ai vostri contributi), abbiamo organizzato una giornata

a Roma e, nello stesso tempo, l'abbiamo realizzata anche nelle altre sedi regionali. Questo fatto, paradossalmente, ha sottratto attenzione all'evento. Ogni evento ha avuto rilevanza rispetto alla comunità in cui si è svolto.

Ritengo, invece, che in futuro si debba organizzare un solo evento, in una sola *location*, al quale dare importanza e dove concentrare tutto. In termini di comunicazione, infatti, è molto più forte un evento comunicato con tutti i mezzi piuttosto che non organizzarne tanti più piccoli su tutto il territorio.

Ho trovato molto interessante l'intervento dell'onorevole Vico quando parlava del lessico: sono assolutamente d'accordo con lei. Bisognerebbe fare chiarezza su tutto: sul significato della contraffazione, su cosa vuol dire *made in Italy* (che, a nostro giudizio, significa prodotto in Italia, così come *made in Europe* significa prodotto in Europa).

Se poi si vogliono dare delle connotazioni in termini di qualità, questa è un'altra cosa. Se la lingua italiana serve a qualcosa, se la lingua inglese serve a qualcosa, *made in Italy* vuol dire prodotto in Italia, *made in Europe* vuol dire prodotto in Europa. Ciò non vuol dire che una cosa sia prodotta bene o male, che vi sia più o meno qualità. Vuol dire solo che una cosa è prodotta in quel posto, punto e basta.

Per quanto riguarda, invece, l'argomento riguardante la distinzione tra la proprietà industriale e quella intellettuale, a questo proposito bisogna fare una grande attenzione, perché secondo noi non c'è differenza. Se ragioniamo su noi stessi, qual è il più grande patrimonio personale che abbiamo? La casa, la famiglia? No, è la nostra intelligenza. Ci può succedere di tutto, ma quella non ce la leva nessuno. Se pensiamo, invece, che ci sono dei signori che ce ne rubano un pezzo, oppure ci rubano parte dei risultati ottenuti grazie ad essa — come nel caso di un brevetto, della creazione di un marchio o della tipologia di organizzazione distributiva di

un prodotto — questo è un aspetto allucinante. Forse è questo uno dei più grossi reati che si possa commettere.

Il prodotto industriale è il risultato di un prodotto intellettuale. La distinzione tante volte fatta tra il sistema della cultura e il sistema industriale è vecchia e non sta più in piedi. Abbiamo capito tutti come il prodotto industriale sia, in realtà, il risultato della nostra cultura, perché altrimenti non riusciremmo a fare ciò che facciamo.

A mio giudizio, quindi, non c'è distinzione: dobbiamo difendere con forza tutte e due le cose e otterremo dei risultati significativi.

Un altro tema evidenziato (anche quest'ultimo ragionamento lo prova) riguarda la necessità di creare una coscienza culturale e, in questo senso, mi ricollego a quanto diceva lei, onorevole: dobbiamo coinvolgere molto più l'Anci e l'Upi, cioè le amministrazioni locali, che sono le prime ad avere il governo del territorio: queste devono intervenire. Di più — uso una provocazione forte — dovremmo anche sanzionarle se non intervengono, perché è inaccettabile che succeda quello che succede, qui fuori come sulle spiagge o altrove.

È inaccettabile prevedere delle sanzioni amministrative per chi consuma quei prodotti (sanzioni instaurate anche grazie al nostro intervento e ai nostri consigli) senza altresì pensare che se un vigile passa e fa finta di niente, non debba anche lui essere sanzionato: deve essere sanzionato! Costui non fa il suo lavoro! Il vigile è chiamato per vigilare, se non fa ciò deve essere sanzionato. Il sindaco che dà ordine di chiudere un occhio, va sanzionato.

Vi prego di ricordare — vi assicuro che è così, avendo una serie di informazioni in tal senso — che se a quelle organizzazioni che vendono sulle spiagge italiane attraverso gli ambulanti ordinate una borsa diversa da quella che vi hanno magari presentato, su prenotazione, con orari fissi, ve la portano. Noi abbiamo studiato questo fenomeno e ci siamo resi conto che le ore intercorrenti dal momento della prenotazione al momento della consegna — che normalmente avviene nel pomerig-

gio — sono quelle necessarie per rifornirsi dal grossista o dal centro di smistamento, se è più o meno lontano (ciò avviene a Forte dei Marmi, a Grosseto, sulla riviera romagnola e via dicendo). Pertanto, si tratta di organizzazioni fortissime e le amministrazioni locali devono assolutamente intervenire.

Infine, in più di un intervento si è accennato ad un aspetto per me importantissimo: bisogna partire da una coscienza pubblica, quindi, dalle scuole. Penso alla storia della lezione di educazione civica (che Dio la benedica se torna): in quell'ora, bisogna far capire ai ragazzi che se copiano un tema dal vicino sono dei potenziali contraffattori, sono delle potenziali persone illegali.

PRESIDENTE. Lo sono stato un po' pure io.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Poi però si è ravveduto, spero.

PRESIDENTE. Con il tempo sì.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Può sembrare una provocazione ma ritengo sia utile: bisogna iniziare ad intervenire in questo senso.

Per quanto riguarda la documentazione che ci ha domandato l'onorevole Ascierto, possiamo mettere a vostra disposizione tutti i documenti che abbiamo. Sappiate, però, alcune cose importanti, che danno ancora di più il sentore della gravità del fenomeno. Se faccio lampade e mi vengono copiate, posso sporgere denuncia ma se faccio prodotti alimentari — magari di *brand* — e li denuncio, si blocca la vendita di quel prodotto alimentare. Quindi il fenomeno, nella sua drammaticità, è ancora più pericoloso, perché molto viene denunciato ma molto viene taciuto, per le implicazioni che tale problema genera. Non so se ho risposto a tutto.

PRESIDENTE. Su una cosa non mi ha risposto. Ci ha detto da dove provengono

i vostri dati, ma vi avevo domandato se avete idea di quanto incida la contraffazione nazionale rispetto a quella importata.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. No, le spiego perché. Questi dati si fondano soprattutto su dati dell'Ocse e su dei rilievi fatti dagli uffici delle dogane.

LUDOVICO VICO. Il Censis è l'ultimo che ha fornito i dati.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Però, molto spesso, tutta la contraffazione interna sfugge: è veramente difficile quantificare. I dati che normalmente diamo sono quindi prudenziali.

PRESIDENTE. Quindi, la sua opinione è che nella lotta alla contraffazione sia più facile lavorare sui materiali importati che non sulla contraffazione interna vera e propria (quest'ultima un po' più subdola e più difficile da individuare)?

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Purtroppo sì.

ANNA TERESA FORMISANO. Rispetto alle questioni che ho posto, mi fa piacere avere ascoltato le sue risposte, però vorrei notare, senza alcuna polemica, che questa Commissione si è insediata ad ottobre pur essendo già stata deliberata a luglio. Personalmente, faccio parte — come molti altri colleghi — anche di un'altra Commissione (la Commissione attività produttive). Di quella giornata, noi della Commissione attività produttive, non ne abbiamo saputo nulla.

LUDOVICO VICO. Mi scusi, presidente, un'ultima domanda. Per stare — così come detto dal dottor Guglielmi — con i piedi per terra — ho molto apprezzato questo suo passaggio — ricordo che diversi anni

fa, partì da Confindustria — o, comunque, da una serie di associati — l'idea della realizzazione del marchio olografico (cioè dell'ologramma). Possiamo avere, magari in futuro, un dato relativo all'esito di quella operazione?

Quella scelta dell'ologramma, come marchio a tutela sia dell'import, sia della circolazione delle merci, è una cosa su cui insistere o è un'iniziativa che è finita lì (sapendo che ci sono grandi *brand* nonché piccole imprese che ancora lo usano)?

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la lotta alla contraffazione*. Vorrei darle una risposta molto franca: non servono a niente. Contraffanno anche quello!

LUDOVICO VICO. È di queste informazioni che abbiamo bisogno!

PRESIDENTE. Vi è una contraffazione anche sui sistemi anticontraffazione: il livello si è talmente evoluto che non siamo più in grado di intercettarli. Chiudiamo, quindi, con un dato negativo.

Mi sarebbe piaciuto che la risposta fosse stata diversa, non tanto per ambizioni personali del sottoscritto, quanto perché, alla fine, da qualche parte bisognerà pur partire, anche in termini di controlli.

A prescindere dalle tematiche che lei ha ben evidenziato, a prescindere dal fatto che si tratti di *made in Italy* o di lotta alla contraffazione, continuiamo a pensare — penso di interpretare il pensiero di buona parte dei membri di questa Commissione — che un meccanismo di tracciabilità, di ricerca e di etichettatura su tutte le merci, che possa non solo rafforzare l'attività delle Forze dell'ordine nel contrasto di questi fenomeni, ma anche, soprattutto, garantire il compratore (cioè, l'utilizzatore finale del bene), sia un percorso che vada seguito e perseguito. Ritengo che la grande sfida sia questa.

È chiaro che ci sarà qualcuno in grado di contraffare quel tipo di dispositivi, però continuiamo a sperare che, alla fine, si trovi una soluzione il più possibile defi-

nitiva su questo tema, a prescindere dall'attività legislativa, che se pure è importante, tuttavia, da sola, non è sufficiente: servono infatti anche gli strumenti operativi che diano concretezza alle cose di cui stiamo parlando.

In questo percorso, penso che vi sia il bisogno di confrontarci ancora per capire quale può essere la soluzione: oggi non sono in grado di anticiparla.

Vi ricordo che se avete documenti, materiale o ulteriori integrazioni che volete fornirci, anche nei prossimi mesi, saremo ben lieti di riceverli.

Stiamo cercando di completare un percorso che ci porterà alla stesura di una relazione finale che — mi auguro — sia completa e non si limiti solo ad una sintesi delle diagnosi, riuscendo, invece, ad individuare una terapia idonea a risolvere il problema.

CARLO GUGLIELMI, *presidente della Commissione per la tutela dei marchi e la*

lotta alla contraffazione. Ringrazio lei e tutti gli onorevoli per l'invito. Posso dirvi che siamo a vostra completa disposizione in qualsiasi momento. Vi lasceremo un documento ma possiamo portarvene un altro, anche formalizzando meglio una serie di azioni proposte da tempo al Governo.

PRESIDENTE. Vi ringrazio per la vostra presenza. Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15,15.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. GUGLIELMO ROMANO

*Licenziato per la stampa
il 15 aprile 2011.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

PAGINA BIANCA

€ 1,00



16STC0012420