

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

25.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 5 OTTOBRE 2011

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE GIOVANNI FAVA

INDICE

	PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:	
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3
Audizione di rappresentanti di Federazione moda Italia – Federazione nazionale com- mercianti moda al dettaglio e all'ingrosso (Svolgimento e conclusione):	
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3, 8, 9, 10, 11
Polidori Roberto, <i>vicepresidente di Federa- zione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'in- grosso</i>	3, 8, 9, 10, 11
Sanga Giovanni (PD)	8

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIOVANNI FAVA

La seduta comincia alle 14,55.

(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.

Audizione di rappresentanti di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del vicepresidente di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso, dottor Roberto Polidori.

L'audizione odierna prosegue il ciclo di approfondimenti che la Commissione sta svolgendo in merito ai fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale relativamente al settore della moda e del tessile.

Faccio presente al nostro ospite che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico e che all'occorrenza i lavori della Commissione potranno procedere anche in seduta segreta.

Do quindi la parola al dottor Polidori per la sua relazione introduttiva, ricordando che al termine della stessa segui-

ranno gli interventi da parte dei colleghi che vorranno porre eventuali domande o richiedere ulteriori chiarimenti.

ROBERTO POLIDORI, *vicepresidente di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso*. Signor presidente, membri della Commissione, vi ringrazio, anche a nome della Federazione moda Italia, per l'invito odierno. Siamo molto lieti di potere collaborare, per la parte di nostra competenza, all'analisi di un problema così annoso e importante come quello della contraffazione e della pirateria. Leggerò un testo che depositerò agli atti della Commissione. Tale studio si compone di sei punti, più le considerazioni finali. Si fa poi riferimento ad un protocollo d'intesa che Federmoda Italia ha redatto nonché all'e-commerce, cioè alle vendite online, che rappresentano un fenomeno in continua espansione.

Primo punto: scenario di riferimento. La contraffazione, analogamente alla pirateria, si manifesta sempre più come fenomeno complesso e multiforme, con ricadute dirette sull'intero sistema paese (imprese, lavoratori, consumatori), principalmente sotto l'aspetto economico (calo del fatturato, tagli agli investimenti, ricerca, occupazione) ma anche finanziario (riduzione delle entrate erariali e quindi danno per lo Stato) e sociale (legami con il crimine organizzato, utilizzo di manodopera in nero, sfruttamento dell'immigrazione clandestina, pericolo per la salute dei cittadini e via dicendo).

Per contro, come rilevato da numerosi studi sull'argomento, la maggior parte dei cittadini consumatori è portata a considerare la contraffazione un problema minore, misurabile in termini di mancato profitto per le sole aziende, per lo più

multinazionali, titolari dei diritti di privata, marchi, brevetti e via dicendo, dimostrando con ciò una scarsa percezione dei molteplici effetti negativi che tale problema, direttamente o indirettamente, produce su loro stessi in quanto consumatori.

Ancor meno sentita è l'esigenza di valutare con la dovuta cautela i rischi che si celano dietro l'acquisto di un prodotto contraffatto al di fuori dei canali del commercio legale, soprattutto in termini di sicurezza, salute, qualità e legalità.

Tali dinamiche trovano ulteriore spinta dall'affermarsi di un mercato illegale assolutamente duttile, capace oramai di coprire tutti i settori merceologici, secondo regole proprie del binomio domanda – offerta, come è possibile apprezzare dai risultati di consuntivo presentati dalle autorità doganali e di polizia e dalla Guardia di finanza.

Secondo punto: le ricadute sul commercio legale. In ambito nazionale e internazionale le analisi che sono state nel tempo elaborate da istituzioni pubbliche o enti privati, con riferimento al fenomeno della contraffazione e della pirateria, tendono nella maggior parte dei casi a sottovalutare le ricadute dirette che tale fenomeno produce sul commercio legale, sia in termini economici (mancati ricavi), sia in termini occupazionali (mancate aperture o chiusure di attività). Si è portati, infatti, a focalizzare maggiormente l'attenzione sulla prima fase della filiera economica, quella produttiva, industriale, artigianale, dimenticando che nella maggior parte dei casi essa è l'effetto e non la causa del problema, in quanto mossa e alimentata da quella anomala domanda spesso agevolata da consumatori poco attenti o addirittura consapevoli, per le strade piuttosto che su *Internet*, che va a sollecitare un articolato sistema di offerta illecita, che non risponde alle regole e quindi ai controlli dei canali commerciali tradizionali.

Esso si manifesta come sistema di produzione parallelo, ormai sempre più dislocato al di fuori dei nostri confini, gestito dal crimine organizzato, capace di determinare effetti devastanti sulla rete com-

merciale legale: calo delle vendite, crisi del sistema distributivo, diminuzione della domanda. Ulteriore conseguenza è data dal danno diretto che si andrà a ripercuotere sulla filiera produttiva, soprattutto quella fatta da piccole e medie imprese, nonché sull'indotto, a fronte di un analogo calo della domanda di prodotti.

Terzo punto: principali criticità riscontrate. Le conseguenze prodotte dalla contraffazione sulla filiera commerciale sono da ricondurre alle seguenti tipologie: *a)* distrazione, cioè sviamento del potenziale acquirente verso un analogo prodotto di pari valore commerciale o comunque con le medesime caratteristiche funzionali, acquistabile presso un esercizio commerciale (l'effetto è quello di una vera e propria concorrenza sleale che spesso aggiunge il fascino del marchio impresso, non importa se taroccato); *b)* il danno di immagine, nel caso di vendite poste in essere attraverso forme che possono assomigliare a quelle effettuate da operatori autorizzati: ambulanti, mercatini, negozi, *bazaar*, porta a porta e via dicendo; *c)* le conseguenze indirette – anche di tipo psicologico – sul consumatore, che spesso è portato ad associare il basso prezzo praticato in un negozio ad un prodotto di scarsa qualità o addirittura falso; *d)* la difficoltà di far crescere forme nuove di commercializzazione o fidelizzazione che sfruttino la tecnologia di comunicazione – *Internet* – in ragione della mancanza di regole certe e di numerosi casi di frode.

Quarto punto: dimensioni del fenomeno, principali studi. In quanto fenomeni illeciti, sia la contraffazione, sia la pirateria non rispondono alla logica di un qualsiasi *trend* economico tradizionale nonostante numerosi tentativi empirici presentati da varie associazioni e organismi nazionali e internazionali. Ciò porta a ritenere che sia estremamente difficile pervenire ad una stima realistica delle dimensioni economiche della contraffazione e della pirateria e dei loro effetti sull'economia reale.

Provando comunque a fare un quadro d'insieme delle cifre diffuse, non solo da fonti ufficiali ma anche da organismi di

studio e da ricerche nazionali e internazionali, il giro d'affari della cosiddetta industria del falso verrebbe stimato tra il 2 e il 7 per cento dell'intero commercio mondiale (dati Ocse).

Stime della Banca mondiale — *World development report* — ritengono che il volume d'affari della contraffazione si aggiri intorno ai 350 miliardi l'anno di euro, pari al prodotto interno lordo di 150 dei paesi meno ricchi.

La *World customs organisation* — le dogane internazionali — nel proprio rapporto *Customs Ipr 2009* — evidenzia che, su un totale di oltre 290 milioni di prodotti contraffatti e sequestrati dalla dogana mondiale nel 2009, il 34 per cento dei sequestri è avvenuto nell'area asiatica e pacifica, il 30 per cento in Europa, il 18 per cento in Medio Oriente, il 14 per cento in America e solo lo 0,7 per cento in Africa. Per quanto riguarda il nostro paese, un recente studio del Censis quantifica il peso della contraffazione in termini di mancato gettito in oltre 5 miliardi di euro, pari al 2,5 per cento del totale delle entrate tributarie (quindi è anche una grossa perdita per l'erario). Si tratta quindi di un fenomeno imponente e degno a livello istituzionale della massima attenzione.

Una delle peculiarità riscontrate sul campo consiste nella notevole estensione e diversificazione dei prodotti soggetti a contraffazione, che non sono più costituiti dalla sola sfera dei beni di lusso o comunque di costo elevato, tipicamente del settore abbigliamento, ma interessano ormai le più svariate merci di uso comune e ciò probabilmente anche per effetto della situazione economica internazionale in atto, che ha fatto aumentare la domanda di prodotti a basso costo da parte dei sempre più numerosi consumatori che si trovano in difficoltà a causa della recessione (una sorta di calmiera sociale che qualcuno ha visto con simpatia).

Più nel dettaglio, l'alta moda, l'abbigliamento e i suoi accessori, si confermano tra i settori in cui la contraffazione e la falsa indicazione *made in Italy* è ancora fortemente diffusa.

Nel panorama comunitario il nostro paese si conferma come uno degli Stati membri maggiormente interessati dal fenomeno. Secondo l'ultimo rapporto della Commissione europea sul contrasto doganale alla contraffazione e alla pirateria — dati del 2009 — l'Italia è, nell'ambito dell'Unione doganale europea, il terzo paese per numero di articoli sequestrati e il secondo per numero di casi riscontrati ai varchi doganali.

Quinto punto: stima dei costi della criminalità sulle imprese del terziario. Con riferimento al settore del commercio al dettaglio e dei pubblici esercizi (dati Ateco a cui va aggiunto il numero dei punti vendita della distribuzione di benzina), sono stati considerati in particolare i costi della criminalità sui seguenti settori di attività: bar, ristoranti, alberghi, tabaccai, benzinai, ambulanti del commercio, commercio al dettaglio in sede fissa, farmacie. Portando ai valori del 2009 le evidenze emerse nel 2007, la tabella 1 fornisce la sintesi dei costi delle attività criminose considerate (sorvolo sull'enunciazione di questi dati dal momento che sono a vostra disposizione).

L'ammontare complessivo dei costi effettivamente sostenuti dalle imprese in relazione ai fenomeni criminali e alle conseguenze collegate a questi eventi, sia in termini diretti, sia indiretti (spese difensive), ammontano, in Italia, per il settore del commercio e dei pubblici esercizi, a 5,2 miliardi di euro, un onere aggiuntivo in media pari a circa 3.000 euro per impresa.

Ancora più eloquente e significativo appare il dato proporzionato in percentuale del valore aggiunto prodotto: attorno alla media nazionale — 2,5 — il costo del crimine passa da 1,4 nel Nord-Est a 4,7 nel Mezzogiorno. Riflettendo sul fatto che tali parametri sono desunti rapportando i costi considerati al valore aggiunto, comprensivo del costo del lavoro e del reddito d'impresa, una perdita di quasi il 5 per cento appare semplicemente insopportabile.

Al fine di offrire un panorama più fedele dei costi delle attività illegali, nella

tabella 2 viene sommato al costo dei fenomeni criminali precedentemente considerati (rapine, furti, *racket* e usura), quello della contraffazione e dell'abusivismo in termini di valore aggiunto perso.

Si è partiti dalle indagini 2008-2009 Confcommercio-Istituto Piepoli e Confcommercio-Format che indicavano in 7,5 miliardi la perdita di fatturato dovuta alla contraffazione.

Il costo medio per azienda, se si considera anche il peso della contraffazione, sale a circa 5.000 euro (in questo caso è stato fatto un aggravamento ipotetico di quanto tutto questo comporta su ogni azienda) e a quasi 5.400 euro nel Sud.

Nel Mezzogiorno il rapporto tra costo della criminalità e valore aggiunto sale a 7,8. Tuttavia, se nel Mezzogiorno il 7,8 del prodotto netto del lavoro e dell'impresa si perde in costi per il crimine, qualsiasi ipotesi o teoria sul rilancio delle aree svantaggiate diventa un puro esercizio intellettuale (in questa parte sono poi espressi ulteriori commenti sui quali sorvolo).

Sesto punto: opinione degli imprenditori. Confcommercio ha commissionato a Format la ricerca di mercato per l'indagine sull'impatto della criminalità, dell'abusivismo e della contraffazione sulla competitività delle piccole e medie imprese in Italia.

L'indagine è stata svolta con il sistema Cati, attraverso 1.150 interviste effettuate nel dicembre 2009 su un campione nazionale statisticamente rappresentativo dell'universo delle piccole e medie imprese nel commercio e nei servizi del turismo e dell'industria intesa in senso allargato, caratterizzato da un *focus* di approfondimento sulle imprese del Mezzogiorno d'Italia. I risultati riportati di seguito sono il frutto di un'apposita rielaborazione finalizzata ad approfondire l'opinione degli imprenditori del Sud e costituiscono pertanto un aggiornatissimo spaccato della percezione del mondo imprenditoriale.

Punto sette: impatto della criminalità sulla competitività delle imprese. I diversi aspetti nei quali si articola il fenomeno della criminalità incidono in maniera di-

versa sulle imprese dei vari territori. La contraffazione commerciale incide sulla competitività per il 22 per cento delle Pmi (percentuale che sale al 38 per cento nel Sud); l'abusivismo incide per il 24 per cento (percentuale che sale al 28 per cento nel Sud); l'azione della criminalità per il 15 per cento (percentuale che sale al 15,5 nel Sud). Nel Sud questi fenomeni sono tutti amplificati. Il degrado del territorio e delle aree urbane intese come vivaio e potente agente di sviluppo del disagio e della devianza sociale, incide sulla competitività per il 24 per cento (36 per cento al Sud).

Punto ottavo: la fiducia delle imprese. Aumenta nel 2009 il livello di fiducia delle Pmi nel vedere perlomeno ridotta la minaccia della criminalità verso gli imprenditori e verso le imprese: ciò è dovuto al fatto che la Guardia di finanza, così come anche le altre istituzioni, hanno intensificato gli interventi. I dati relativi ai sequestri sono evidenti e ciò ha creato un clima di fiducia nelle imprese verso un'azione di contrasto.

Considerazioni finali e proposte. L'analisi dei costi della criminalità sul sistema delle imprese e l'opinione degli imprenditori confermano inequivocabilmente che il peso della criminalità sull'economia è diventato un *iceberg*, gran parte del quale è sommerso e non si vede, che rischia di affondare il sistema imprenditoriale italiano e di trascinare a fondo e congelare la crescita economica dell'intero paese.

Federazione moda Italia, unitamente a Confcommercio imprese per l'Italia, attraverso la Commissione sicurezza e legalità, è direttamente impegnata sul fronte della lotta alla contraffazione attraverso le sue organizzazioni territoriali con l'obiettivo di creare un contesto più sicuro per gli imprenditori e per i cittadini. Impegno che oggi viene sancito dal nuovo Statuto della Confcommercio e dal codice etico. Ci siamo interrogati al nostro interno. L'invito è a selezionare le imprese che si comportino in modo da non essere attaccate dal commercio di merci contraffatte e non siano luogo di scambio o di acquisto di prodotti contraffatti.

La relazione del dicembre 2010 della Direzione nazionale antimafia, nel capitolo sulle attività svolte in ordine alle materie di interesse e contraffazione dei marchi, afferma che gli effetti degli incalcolabili danni di immagine recati dalla contraffazione di quell'insieme di capacità lavorative incorporato in un prodotto di ben riconosciute caratteristiche qualitative — ciò che siamo abituati a chiamare in sintesi il *made in Italy* — mette in serio pericolo la stessa competitività dei marchi internazionali delle imprese italiane.

Tutto ciò si traduce nella progressiva e costante diminuzione dei posti di lavoro, con riflessi sociali di così ampia portata da non poter essere più seriamente trascurati. La stessa relazione cita i risultati di una ricerca di Confcommercio, presentata a Napoli il 20 gennaio 2010, secondo la quale i fenomeni criminali che più incidono negativamente sulla competitività delle piccole e medie imprese riguardano l'abusivismo (24,8 per cento), la contraffazione commerciale (22 per cento), l'azione della criminalità (15 per cento). La contraffazione pesa sulla competitività delle Pmi per il 22 per cento: si tratta dell'erosione di una fetta di fatturato e quindi della sopravvivenza delle imprese stesse, in prevalenza delle imprese del commercio di piccole dimensioni nelle grandi aree metropolitane e nelle regioni metropolitane. Si tratta di una percentuale che attesta il protrarsi di una situazione difficilmente sostenibile per molte imprese. Tra i maggiori responsabili della contraffazione le Pmi indicano i produttori di merci non originali (51,9 per cento), le istituzioni preposte ai controlli (si chiedono più controlli), i venditori che vendono tali merci, nonché i consumatori che le acquistano (31,3 per cento). A questo proposito, come già evidenziato, i consumatori o si divertono o ritengono ludico l'acquisto di un prodotto contraffatto, pensando che ciò colpisce soltanto i detentori dei marchi. In realtà, chi compra tale prodotto contraffatto poi non comprerà un altro prodotto, quindi il danno all'economia c'è comunque.

Rispetto al 2008, le Pmi tendono a mettere di più l'accento sugli autori materiali del fenomeno: i produttori di merci non originali e i venditori, piuttosto che le istituzioni preposte ai controlli o i consumatori che acquistano le merci contraffatte. I produttori di merci non originali sono indicati in prevalenza dalle imprese del commercio e dai servizi per il turismo nel Nord-Est (nel prosieguo del documento si evidenzia la suddivisione degli atteggiamenti nelle diverse parti d'Italia).

Passando al punto successivo, troviamo il protocollo d'intesa per la lotta contro la vendita *online* di merci contraffatte. Il quattro maggio 2011, su iniziativa della Direzione generale del mercato interno e i servizi della Commissione europea, Federazione moda Italia ha firmato un protocollo d'intesa per la lotta contro la vendita *online* di merci contraffatte. Come Federmoda abbiamo voluto schierarci con Aice (siamo le uniche due organizzazioni italiane che hanno aderito) a difesa del commercio legittimo, dei diritti di proprietà intellettuale e della correttezza negli scambi internazionali.

Si tratta di un'azione innovativa e concreta promossa dalla Commissione europea volta a contrastare il fenomeno della contraffazione e a sostenere l'*e-commerce* legale per impedire che le offerte di merci contraffatte vengano messe in vendita su piattaforme *Internet*.

La prima azione prevista dall'accordo consiste nel selezionare quei marchi che saranno oggetto dell'attività di monitoraggio. Società e associazioni sottoscrittrici sono Federazione moda Italia, Aice, Euratex, Adidas, Burberry, Lacoste, Lvm group, Nike e una serie di altri appartenenti al Gruppo anticontraffazione, che hanno sottoscritto questo protocollo.

Altre iniziative che abbiamo realizzato o stiamo realizzando sono: un protocollo d'intesa con l'Agenzia delle dogane — già fatto — e una campagna sul territorio, in Lombardia, in collaborazione con la Regione e la Guardia di finanza e, recentemente, anche a Napoli, con una efficiente collaborazione da parte della Guardia di finanza locale e le Ascom di Padova.

PRESIDENTE. Dottor Polidori, prendo spunto dalla sua relazione, che ritengo decisamente esaustiva. Lei ci ha fornito una serie di dati, alcuni dei quali già conosciuti dalla Commissione, altri invece relativamente nuovi, non tanto perché non avessimo contezza della dimensione del problema quanto perché oggi scopriamo ufficialmente l'esistenza di associazioni di categoria e di organizzazioni che hanno scelto di approfondire la problematica in modo preciso e puntuale, con l'indicazione di numeri che sono lo specchio di una situazione — per usare un eufemismo — abbastanza problematica.

Nell'ambito della sua esperienza, maturata valutando e verificando i dati che ci ha fornito, quali azioni concrete ritiene che possano essere intraprese nella nostra duplice veste di membri di una Commissione parlamentare d'inchiesta competente sulla tematica della contraffazione e di legislatori? Ritiene che esista la possibilità di intervenire attraverso meccanismi sia di tipo legislativo, sia eventualmente di natura diversa, che in questo momento possono rientrare nelle prerogative della nostra Commissione di inchiesta? In caso affermativo, potrebbe indicarci tali meccanismi? Do ora la parola ai colleghi che intendono intervenire per porre quesiti e formulare osservazioni.

GIOVANNI SANGA. Vorrei agganciarci alla riflessione del presidente per capire che tipo di giudizio esiste da parte vostra sugli strumenti legislativi di cui oggi il paese dispone: li considerate adeguati per una lotta efficace contro il fenomeno oggetto della nostra inchiesta?

Mi interessava altresì comprendere quali disponibilità, all'interno del vostro mondo, esistono ad andare fino in fondo sia nelle azioni che prima avete intrapreso, sia con riferimento anche ad altre azioni che pensate di intraprendere in futuro.

Mi interessa capire quale livello di disponibilità esiste in tal senso da parte delle aziende che fanno parte della vostra associazione e che valutazione date di quelle realtà che non entrano all'interno delle consuete, tipiche, categorie economi-

che ma che costituiscono pur sempre aziende presenti ed operanti sul mercato.

ROBERTO POLIDORI, *vicepresidente di Federazione moda Italia — Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso*. Rispondo in ordine. Mi ha chiesto se riteniamo sufficienti gli elementi legislativi esistenti. Chiaramente, non è questo il nostro compito posto che a noi spetta segnalare: siamo degli attenti osservatori di ciò che accade sul territorio.

Personalmente, opero nel settore e sono presidente della Federmoda Italia a Roma, quindi, seguo e conosco molto bene questo fenomeno. Probabilmente, alcune previsioni normative dovrebbero evidenziare maggiormente la gravità della contraffazione. Sappiamo che in occasione di sequestri di merce o di imputazione, poi non si capisce bene se si tratta effettivamente di un sequestro o di una confisca e se le merci non vengono distrutte. Al contrario, mi risulta che in paesi come la Francia tali merci vengano distrutte: il *Comité Colbert* è molto severo e ha ottenuto risultati molto efficaci.

Secondo alcuni, bisognerebbe equiparare gli atti di contraffazione al reato di mafia o applicare delle norme particolari, come fu fatto nel caso della lotta al tabacco, perché molto spesso, nel grande lavoro che fanno i magistrati nell'esaminare questi casi, accade che altri tipi di reato determinano un maggiore interesse. Bisognerebbe — è una segnalazione che facciamo — che la tipologia di reati legati a questo fenomeno ricevesse, nel quadro del grande lavoro che svolge la magistratura penale, una maggiore attenzione.

PRESIDENTE. Mi scusi, quindi intende dire che non mancano le leggi, piuttosto non vengono applicate?

ROBERTO POLIDORI, *vicepresidente di Federazione moda Italia — Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso*. No, questo non sono in grado di dirlo. Le leggi vengono applicate, soltanto che ciò avviene nelle more del contenzioso: si parla di circa cinque milioni di

processi penali in Italia che determinano lungaggini di ogni tipo (mi sembra che qualche volta anche la Corte dell'Aja ci abbia sanzionato per questo).

PRESIDENTE. Mi scusi, questo ci è chiaro. Lei però ci dice che servirebbe un inasprimento delle sanzioni, avanzando addirittura l'ipotesi che questo tipo di reato venga perseguito con procedure straordinarie, tuttavia, se già non riusciamo ad applicare quelle ordinarie, pensare che si possano introdurre dei regimi straordinari, a mio parere, risulta un po' complicato come modalità.

ROBERTO POLIDORI, vicepresidente di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso. Per esempio, rispetto ai sequestri di merci effettuati, di cui normalmente apprendiamo notizia dai giornali, vorremmo avere maggiori informazioni.

Adirittura, l'anno scorso, in un capannone nei dintorni di Roma, che era stato definito dai giornalisti grande come un campo di calcio, si è parlato di cinque milioni di calzature: che cosa è successo poi?

Secondo noi, un elemento fondamentale, che del resto si ritrova anche nella delibera relativa all'istituzione della Commissione, consiste nell'accertare le reali dimensioni del fenomeno. La cosa molto difficile è riuscire a capire, per esempio, come queste merci vadano a finire dentro i capannoni. Servirebbe quindi un maggior controllo alle dogane. Ci sono gli *scanner*: dovrebbero funzionare! In realtà, come saprete, con riferimento alle merci che arrivano, anche per la necessità di velocizzare le operazioni, i controlli vengono fatti per il 97 per cento sui documenti: il controllo fisico è limitato soltanto al 3 per cento!

Secondo noi, tutte queste merci che si trovano sul territorio italiano, sfuggono probabilmente al controllo: va bene quindi velocizzare ma noi ci preoccupiamo anche dell'interesse del commercio interno e del consumatore, il quale deve essere tutelato anche dal lato della qualità dei prodotti,

che sono per la maggior parte non testati e frutto di contraffazione. Pensiamo per esempio ai giocattoli dei bambini: sono pericolosi, con parti che possono essere ingoiate mentre i prodotti europei sono testati e garantiti.

Pertanto, oltre alla concorrenza sleale in termini patrimoniali, queste merci creano una confusione verso un pubblico il cui unico elemento di comparazione è il prezzo: così non può andare!

Noi siamo portatori di questo malcontento che viene da categorie di imprenditori sani (sono la stragrande maggioranza), i quali però assistono, sempre più di frequente, alla progressiva affermazione sul mercato delle merci contraffatte e frutto della pirateria, soprattutto in Italia. Sono stato recentemente a Madrid e questo fenomeno non si vede, così come non lo si vede in Francia, a Parigi o in altre città: qui da noi c'è troppa merce di questo tipo.

Sembrerebbe – così riportava la stampa ma non so se ciò risulta alla vostra Commissione – che alcune merci vengono introdotte in libera pratica, cioè entrano in Europa tramite altri paesi e poi, con dei *Tir*, arrivano a destinazione e vengono distribuite. L'Italia è insomma, dal nostro punto di vista, troppo permeabile per quanto riguarda l'entrata di queste merci che poi, in qualche modo, devono essere vendute.

PRESIDENTE. Ritengo che l'audizione odierna sia stata esaustiva. Mettiamo agli atti la copia della relazione che ci ha illustrato. Ringraziamo il nostro ospite per la sua disponibilità e ribadiamo il nostro interesse ad acquisire il maggior numero di informazioni disponibili. Pertanto, se anche in futuro avesse degli aggiornamenti rispetto ai dati che ci ha fornito oggi e ce li volesse comunicare, ne saremo lieti.

ROBERTO POLIDORI, vicepresidente di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso. Mi scusi signor presidente, se mi permette, vorrei fare una raccomandazione relativa alla possibilità di avere

dei dati complessivi. Tutto ciò che fanno sul territorio la Guardia di finanza, i carabinieri, le forze di pubblica sicurezza, nonché i vigili urbani è lodevolissimo ma è importante poter dare dei dati compatibili dell'intero fenomeno. Che fine fanno le cose sequestrate? Vengono date ad organi caritativi? Vengono distrutte? Da chi? A noi operatori interessa sapere tutto ciò al fine di tutelare il commercio leale, coloro che pagano le tasse e gli affitti, resistendo in una situazione difficile. Se la merce va distrutta, chi fa ciò? L'Ama? Vorremmo verificarlo.

PRESIDENTE. Le confesso che questo è un tema che appassiona il dibattito di questa Commissione già da un po': ad oggi non sono in grado di darle una risposta precisa e unica. Senza dubbio, alcune questioni andrebbero meglio chiarite. È chiaro che, oltre all'obbligo dello stoccaggio, vi sono una serie di tempistiche imposte dalla normativa. Diciamo che rispetto ad altri sistemi che prevedono l'immediata distruzione del bene, il sistema italiano è un po' più farraginoso, anche perché esperienze recenti in altri campi — più che altro, nel settore agroalimentare — ci dicono che ingenti quantitativi di merci contraffatte e sequestrate, poi non sono risultate tali: il giudice ne ha disposto il dissequestro e tutto il materiale è tornato nella disponibilità dei legittimi proprietari (ciò è quanto asserito dall'autorità giudiziaria). Ritengo quindi che questo aspetto sia abbastanza delicato e complicato.

È chiaro che quando ci troviamo invece di fronte ad evidenti casi conclamati di contraffazione, probabilmente bisognerebbe creare dei meccanismi di distinguo che favoriscano la distruzione di questi prodotti, perché diversamente questi ultimi entrano dalla porta ed escono dalla finestra. Questo è un tema che ci siamo posti e che stiamo cercando di approfondire con l'obiettivo di immaginare ed eventualmente di proporre un meccanismo che possa risolvere tale problema, che è molto sentito.

ROBERTO POLIDORI, vicepresidente di Federazione moda Italia — Federazione na-

zionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso. Questo tema si aggancia anche al discorso della tracciabilità. Noi stiamo lottando per il *made in* obbligatorio mentre invece, a livello europeo, esistono altre logiche secondo le quali il *made in* è facoltativo.

Se vogliamo tutelare le imprese italiane (ce ne sono ancora tante che producono il *made in Italy*, un cartellino che fa vendere), bisognerebbe controllare anche le merci che escono. So che è stato fatto un accordo per le merci che da Tianjin arrivano fino a Genova. Tuttavia, i controlli non si devono fare a Tianjin, in Cina, si devono fare a Genova e mi auguro che siano fatti a Genova: dobbiamo controllare tutto!

Si fa tanto — la mia non vuole essere una critica — però il fenomeno è talmente crescente, talmente dilagante che, soprattutto in un momento come quello attuale, di recessione economica (in Italia, negli ultimi quattro mesi, hanno chiuso 5.000 aziende), abbiamo il dovere di vigilare più attentamente e di tutelare il commercio delle nostre piccole e medie imprese, che sono la parte sana di questo paese.

PRESIDENTE. Mi permetta in chiusura solo un'osservazione con riferimento ai controlli, laddove la sua posizione è condivisibile ma con dei distinguo. Riteniamo, infatti, per l'esperienza che abbiamo avuto in questi mesi, che i controlli in Italia vengano fatti, anzi il paradosso vuole che l'Italia sia il paese dove si controlla di più all'interno dell'Unione europea. In realtà, in virtù degli accordi di Schengen, vi sono alcune decine di paesi membri che pur avendo una conformazione rivierasca — magari non tanto quanto la nostra — e pur vantando porti importanti — tanto quanto i nostri — manifestano una sensibilità assolutamente minore nei confronti dei controlli, stante il fatto che le regole delle dogane e dei porti non sono identiche su tutto il territorio europeo. Si genera quindi un problema: continuiamo ad alzare dei muri nei nostri porti ma otteniamo l'effetto per cui le merci, anziché sbarcare in Italia, sbarcano a Barcellona o

a Rotterdam e, nel giro di qualche ora, le ritroviamo ugualmente sul nostro territorio. Questo è un problema serio che abbiamo sollevato anche in sede europea durante una recente missione di studio.

ROBERTO POLIDORI, *vicepresidente di Federazione moda Italia – Federazione nazionale commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso*. Le confermo che, dai dati che ci risultano, l'Italia è il paese che controlla di più: Rotterdam non mi risulta faccia altrettanto.

Mi permetta però di suggerire una cosa: queste operazioni commerciali danno luogo a flussi di denaro: controlliamo i *money transfers*! A noi ci controllano per un assegno di 2.500 euro, magari preso per fare un viaggio, se il direttore lo segnala! Spesso delle situazioni restrittive vengono vissute dalla collettività in un modo ingiustamente punitivo. Mi risulta invece che di questi *money transfers* sia piena l'Italia: ce ne sono circa 9000! L'immigrato, più o meno regolare, si presenta, dà un documento e, in ventiquattro o quarantotto ore, trasferisce denaro nel mondo intero.

Anche il governatore Draghi ha recentemente parlato della questione. Si sono comprati Prato!

Prato era un gioiello dell'industria manifatturiera italiana: non lo è più. Ci sono scritte in cinese dappertutto! Ben venga la Cina ma lo faccia regolarmente: non siamo una terra di conquista!

PRESIDENTE. Con questa chiosa, che condivido e sottoscrivo, la ringrazio per la disponibilità e la puntualità con la quale ha inteso rispondere ai nostri quesiti e alla nostra convocazione. Dichiaro conclusa l'audizione odierna e ringrazio i presenti per la partecipazione.

La seduta termina alle 15,30.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE,
CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ED ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE
AD INTERIM

DOTT. GUIDO LETTA

*Licenziato per la stampa
il 29 novembre 2011.*

€ 1,00



16STC0015880