

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

40.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 22 FEBBRAIO 2012

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **GIOVANNI FAVA**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Sanga Giovanni (PD)	5
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	2	Tabacchi Vittorio, <i>vicepresidente di Anfao</i> .	2, 3 4, 8, 10, 11, 12
Audizione di rappresentanti di Anfao. (Svolgimento e conclusione):		Vico Ludovico (PD)	6, 11
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	2, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 12	Audizione di rappresentanti di Unione CNA Federmoda. (Svolgimento e conclusione):	
Bergamini Deborah (PdL)	6, 9	Fava Giovanni, <i>presidente</i>	13, 14, 15 16, 17, 18, 20
Formisano Anna Teresa (UdCpTP)	7	Franceschini Antonio, <i>responsabile nazionale Unione CNA Federmoda</i> .	13, 14, 16, 17, 18, 19
Gili Francesco, <i>vice direttore di Anfao</i> .	3, 8, 9, 12	Mistrello Destro Giustina (Misto-MpA-Sud)	19
Rainieri Fabio (LNP)	7, 12	Vico Ludovico (PD)	14, 15, 19
Ronchi Cinzia, <i>responsabile ufficio studi di Anfao</i>	10, 11		

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIOVANNI FAVA

La seduta comincia alle 14,10.

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

Sulla pubblicità dei lavori.

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

Audizione di rappresentanti di Anfao.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del cavalier Vittorio Tabacchi, vicepresidente di Anfao, accompagnato dal dottor Francesco Gili, vicedirettore e dalla dottoressa Cinzia Ronchi, responsabile dell'ufficio studi. Con l'audizione odierna si prosegue il ciclo degli 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, e che comprende, oltre alla pelletteria e alle calzature, anche gli occhiali (in altre parole, tutto quel mondo in senso lato che occupa le categorie di cui oggi stiamo parlando).

Darei subito la parola a lei, cavalier Tabacchi, e ai suoi collaboratori, se intendono intervenire, per svolgere una relazione introduttiva; a seguire, ascolteremo gli interventi dei colleghi deputati che intenderanno porvi eventuali domande; in-

fine, vi riserveremo un tempo utile per la replica. Dovremmo poter terminare l'audizione di oggi entro le ore 15.

VITTORIO TABACCHI, *vicepresidente di Anfao*. Innanzitutto, rivolgo un ringraziamento a lei e alla Commissione per la convocazione di Anfao, a testimonianza del rilievo che il fenomeno della contraffazione ha anche nel settore dell'occhialeria. È infatti un fenomeno che impatta sull'intera economia nazionale, che spesso viene minimizzato e più spesso giustificato, ma su cui è invece necessario sensibilizzare le aziende e i consumatori, le amministrazioni pubbliche e le forze dell'ordine.

L'Anfao è l'Associazione nazionale italiana dei fabbricanti di articoli ottici; nasce a Milano nel 1954 per volontà di un gruppo di imprenditori decisi a raggruppare le aziende del settore in un'associazione aderente a Confindustria. L'associazione, che conta oltre cento imprese associate, oggi riunisce tutte le principali aziende italiane dell'occhialeria dell'intera filiera produttiva. Il settore, a livello nazionale, conta oltre 16.000 occupati, esclusi gli interinali e gli stagionali, per un valore di produzione di 2,5 miliardi di euro; è *leader* a livello mondiale nel segmento di fascia alta ed esporta circa l'80 per cento della produzione.

Io sono Vittorio Tabacchi, cavaliere del lavoro, *past president* di Anfao, presidente della Commissione difesa vista, che è un organismo nato nel 1972 dalla nostra associazione con l'obiettivo di dare informazioni e promuovere la cultura dei beni della vista attraverso ricerche e convegni. Sono presidente di Eurom, la federazione europea che riunisce le associazioni nazionali dei produttori di lenti oftalmiche, montature di occhiali da sole, dispositivi per ottici e che rappresenta l'85 per cento

dell'industria ottica europea; ne sono paesi membri la Francia, la Germania, la Spagna, l'Italia, l'Olanda, la Svizzera e il Regno Unito.

Il ruolo dell'occhialeria come accessorio moda. Come è noto, l'occhialeria, espressione di punta del *made in Italy*, è un settore in cui ricerca e tecnologia applicata si uniscono al valore aggiunto della moda e del *design*. La qualità e l'estetica hanno fatto degli occhiali italiani i più rinomati al mondo. Queste stesse caratteristiche, insieme alla leggerezza e alle contenute dimensioni, che ne consentono un facile trasporto, fanno sì che lo stesso settore sia tra i più colpiti dal fenomeno della contraffazione, sia dei marchi, sia dei modelli.

All'ultima pagina della relazione che vi è stata distribuita sono indicati i quantitativi che sono stati sottratti e recuperati dalle forze dell'ordine negli anni 2008, 2009, 2010 e nel primo semestre del 2011. Fa impressione il dato del primo semestre dell'anno scorso, relativo al ritrovamento in un capannone di due milioni di pezzi in una volta sola.

Anfao è un'associazione di settore le cui aziende producono e distribuiscono, sulla base di contratti di licenza stipulati con i relativi titolari dei marchi, oltre il 50 per cento delle *griffe* presenti sul mercato mondiale. Anche l'elenco di questi marchi è presente nella relazione. È in tale importante contesto internazionale che l'occhiale, nel corso degli ultimi anni, si è evoluto dal ruolo di *medical device* in accessorio moda, come tale in grado di costituire precisa e autonoma espressione della moda e della creatività, soprattutto nell'ambito del *made in Italy*, con un valore aggiunto in costante crescita.

Il danno economico. Tale evoluzione, purtroppo, ha anche parallelamente stimolato l'attenzione dei contraffattori, causando danni incalcolabili in termini di perdite di fatturato e, indirettamente, di posti di lavoro. Stimiamo che nel settore dell'occhialeria la contraffazione sia responsabile, ogni anno, della perdita di circa il 15 per cento di mercato; in valore, parliamo di 75-100 milioni di euro di

fatturato in meno per le aziende italiane del settore tra i cinquecento e i mille dipendenti (questo, senza considerare il danno all'erario in termini di Iva e tasse non riscosse).

FRANCESCO GILI, *vice direttore di Anfao*. Il cavaliere puntualizzava il fatto che questo danno è solo per la produzione, poi c'è l'indotto della distribuzione e del commercio!

VITTORIO TABACCHI, *vice presidente di Anfao*. La contraffazione di marchi, brevetti, disegni e modelli che le industrie del settore hanno tutelato, sostenendo sforzi spesso ingenti sia dal punto di vista dei costi di ricerca, sia da quello delle risorse umane, vanifica la protezione del patrimonio tecnico ed estetico così faticosamente ottenuto.

Ruolo dell'occhiale come dispositivo medico a danno della salute. Nel nostro settore, la contraffazione, spesso considerata una conseguenza necessaria del successo commerciale, porta con sé effetti ben più gravi. È un dato della comune esperienza che il contraffattore, incurante degli effetti deleteri della propria attività, tanto sulle imprese di settore quanto sul pubblico dei consumatori, diffonda sul mercato prodotti di scarso livello qualitativo, che nel settore dell'occhialeria si traduce in danni anche gravi alla salute degli utilizzatori, fino a scatenarne cataratte e maculopatie, malattie che purtroppo sono in forte aumento, specialmente ove si consideri la relazione stretta che intercorre tra la qualità dell'occhiale e la sua funzione.

L'occhiale, infatti, sia da vista, in quanto dispositivo medico, che da sole, in quanto dispositivo di protezione individuale, è deputato alla correzione e alla protezione dell'organo della vista. Un occhiale da vista contraffatto, che ha una centratura o una distanza interpupillare errata, può causare anche danni alla salute stessa dell'occhio; analogo discorso può essere fatto per un occhiale da sole il cui filtro solare non sia adatto alla protezione dei raggi UV e alle distorsioni oculari.

Azioni da intraprendere: priorità per Anfao, in sintesi. Nulla può essere fatto senza la volontà politica e istituzionale di combattere la contraffazione; senza strumenti giuridici e giudiziari efficaci ed efficienti a livello europeo ed internazionale; senza l'applicazione delle norme esistenti, prima fra tutte la tutela penale della proprietà intellettuale; senza un controllo del territorio e un coordinamento delle forze preposte allo stesso; senza una comunicazione e sensibilizzazione del consumatore sui danni economici al sistema paese, con alimentazione della criminalità organizzata e sulla salute; senza la sensibilizzazione delle imprese sulla tutela della proprietà intellettuale, anche con programmi di agevolazione per la registrazione di marchi, brevetti e modelli; senza l'attuazione di una normativa efficace contro la contraffazione *on line*; senza la possibilità di ridurre la forte visibilità dei siti *internet* e dei domini che effettuano violazione dei diritti di proprietà intellettuale; senza la capacità di oscurare facilmente questi siti e di rimuovere, in tempi rapidi, i contenuti illeciti postati su pagine *web*; senza il riconoscimento della corresponsabilità dei *provider*, degli intermediari e dei fornitori di servizi *web*.

PRESIDENTE. Io ci ho provato!

VITTORIO TABACCHI, *vicepresidente di Anfao*. Approfondiamo, se vuole. Ancora, maggiore cooperazione internazionale nell'ambito della lotta alla contraffazione. Sarebbe, infatti, molto più utile fermare le merci all'origine, prima che arrivino a destinazione.

Ruolo di Anfao. Anfao ha affrontato la contraffazione in tempi, per così dire, non sospetti, quando la penetrazione del prodotto contraffatto non era ancora così evidente da allertare e coinvolgere tutto il mondo produttivo italiano. Già nel 1995, ormai sedici anni fa, Anfao aveva predisposto all'interno del Mido, la fiera più importante del settore a livello internazionale, con il prezioso ausilio del centro studi anticontraffazione, rappresentato dall'avvocato Daniela Mainini, un servizio

anticontraffazione a tutela e vigilanza dei possibili casi di contraffazione all'interno della fiera espositiva. Grazie a tale servizio siamo stati — e siamo — in grado, in tutte le diverse edizioni della fiera, di fronteggiare la presenza di operatori del settore che, nel totale spregio di ogni più elementare regola di correttezza commerciale, espongono nei propri *stands* prodotti contraffatti, in palese violazione dei diritti di proprietà industriale che altre aziende hanno sviluppato con rilevanti investimenti, non solo economici.

Inoltre, Anfao ha implementato con forza, negli anni, la tutela penale dei diritti di proprietà intellettuale dei propri associati, innestando un deciso cambio di marcia nell'azione di contrasto alla contraffazione. Anfao supporta le dogane nell'opera di certificazione delle merci contraffatte sottoposte a fermo, interviene nei procedimenti penali, ove siano violati i diritti di proprietà intellettuale dei propri associati, attraverso la costituzione di parte civile a supporto dell'azione penale instaurata dall'autorità giudiziaria e, da ultimo, si è fatta più volte parte attiva nella distruzione delle merci contraffatte. Nella relazione abbiamo inserito anche delle fotografie riferite ad un'operazione fatta a Venezia nel recente passato. Infine, Anfao e Certottica, l'istituto di certificazione dei prodotti ottici, sono firmatari di un protocollo d'intesa con l'Agenzia delle dogane e di una convenzione con il Ministero dello sviluppo economico per la salvaguardia della salute del consumatore.

Tutta questa esperienza ci ha convinto, ancora di più, a mantenere una posizione sempre più decisa contro ogni tipo di contraffazione, al fine di salvaguardare la produzione delle aziende italiane e garantire i consumatori dell'autenticità e del valore di un occhiale originale.

Ruolo delle istituzioni. È necessario che le azioni intraprese a livello di singolo produttore siano imprescindibilmente supportate da un ruolo deciso delle istituzioni con norme chiare e sanzioni certe e ingenti. Il fenomeno della contraffazione deve essere affrontato, da un lato, con una precisa volontà politica, dall'altro, con

strumenti giuridici e giudiziari efficaci ed efficienti a livello internazionale. Noi non ci illudiamo che l'azione di contrasto possa essere, di per sé, sufficiente a risolvere il problema della sistematica violazione dei diritti di proprietà intellettuale; l'importante, però, è rendere consapevoli i consumatori e il mondo produttivo, al fine di creare una cultura comune che possa, negli anni, portare a marginalizzare il fenomeno.

Crediamo che il Cnac, il Consiglio nazionale anticontraffazione, possa essere il punto di riferimento e di coordinamento di tutta l'attività volta al rafforzamento della legislazione in materia, anche per il metodo usato, basato sul dialogo instaurato con il mondo produttivo e dei consumatori. Occorre rivolgere al Governo un invito a trasmettere la stessa priorità di obiettivi anche agli organi che, direttamente, operano sul territorio, dalle procure della Repubblica a tutte le forze di polizia preposte alla salvaguardia della proprietà intellettuale. Importante può essere il sostegno alla tutela della proprietà intellettuale agevolando quelle aziende che investono nella tutela stessa, rendendola più vicina e accessibile al mondo produttivo. Una normativa semplice ed efficace, poi, dovrà essere presa in considerazione per un fenomeno che è inevitabilmente in crescita: la contraffazione *on line*.

Molto importante su tutti questi aspetti è anche il ruolo di primo piano che l'Italia dovrà svolgere a livello di Unione europea e che l'Unione europea dovrà svolgere a livello globale. Infatti, è necessario avviare un'opera di *enforcement* sulla contraffazione, che non può non vedere la collaborazione di tutti gli Stati e di tutte le istituzioni a livello internazionale. Dicevo prima che sono presidente dell'Eurom 1, federazione che raggruppa tutta l'ottica e la meccanica fine di precisione in Europa: questo è l'argomento numero uno che io ho all'ordine del giorno in Europa, proprio perché tutta l'Europa è molto sensibile a questo argomento, posto che si stanno violando le leggi, le regole, il rispetto e l'etica professionale.

PRESIDENTE. Vorrei tranquillizzarla sul fatto che c'è un impegno abbastanza pressante da parte della Commissione su questo tema. In particolare, non so se avete seguito la vicenda dei limiti in tema di commercio elettronico, che ha appassionato il dibattito sulla rete in queste settimane, dopo l'introduzione di un mio emendamento che inizialmente passò in Commissione, diventando il famigerato articolo 18, ma che poi fu soppresso una volta giunto all'esame dell'Assemblea. Il tema, quindi, resta inesplorato, a prescindere dalla tecnicità che poteva rendere più o meno valido quello strumento: resta il problema, che non è risolto. Quindi, prima o poi, in qualche modo, il legislatore dovrà farsi carico di questa situazione. Personalmente, non abbandono il mio impegno e ritengo che molti dei miei colleghi abbiano dimostrato una certa sensibilità sull'argomento: ci potremmo dividere sulle modalità con le quali affrontare il problema, che comunque va affrontato. Per questa ragione, penso che, prima o poi, il secondo principio prevarrà rispetto al primo. Do ora la parola ai colleghi che intendono porre quesiti o formulare osservazioni.

GIOVANNI SANGA. Grazie presidente, intendo esprimere, anzitutto, un apprezzamento per la relazione illustrata, che mi sembra condivisibile e ricca non soltanto di un'elencazione di problemi, ma anche di alcune indicazioni propositive, che peraltro condivido largamente, anche per l'equilibrio che è stato mantenuto nel contesto dell'illustrazione della medesima.

Volevo anch'io riprendere un tema che senz'altro meriterà un approfondimento di tipo specifico, un tema di cui abbiamo avuto modo di discutere anche in alcune sedi al di fuori della Commissione: mi riferisco alla questione della tutela per le vendite *on line* e ai meccanismi di pirateria che in quest'ambito si manifestano. Si tratta senz'altro di uno degli argomenti scottanti e molto difficili da affrontare, laddove bisogna individuare un punto di mediazione tra le esigenze di tutela della proprietà intellettuale e quelle dei citta-

dini, che oggi chiedono di poter operare, lavorare e raccordarsi in piena libertà sulla rete, in *internet*, con le opportunità che questi nuovi strumenti ormai da alcuni anni stando offrendo.

Non è sempre facile, quindi, trovare un punto d'intesa, non soltanto per l'Italia ma anche per gli altri paesi; da questo punto di vista, almeno per quanto mi riguarda, ci deve essere uno sforzo in questa direzione, posto che le cose non possono neanche essere lasciate a se stesse o abbandonate nei termini che conosciamo.

LUDOVICO VICO. Rivolgo il benvenuto agli ospiti. Nella relazione, molto precisa, che il dottor Tabacchi ci ha rappresentato è descritto il fenomeno della contraffazione nel campo degli occhiali ma non si dice se sia uguale al fenomeno complessivo: mi riferisco alle merci che vengono dalla Cina o alle merci che vengono prodotte in altri punti d'Italia, d'Europa o del pianeta in generale. La mia domanda è se l'associazione Anfao, ma soprattutto anche quella europea, esercitino un monitoraggio rispetto all'ordine dei sequestri qui riportati. Chiedo, quindi, se sia possibile avere questo aggiornamento empirico, anche in questa data situazione, perché non è mai secondario comprendere se gli occhiali si muovono nell'ambito delle merci in generale, (così come tali merci si muovono per il resto delle questioni che stiamo osservando).

Dal momento che c'è una scheda interessante sui sequestri, al fine di poter acquisire anche noi tale dato, chiedo se l'associazione, che è particolarmente attenta — e di ciò mi complimento — effettua tale monitoraggio, che è fondamentale per tanti aspetti. Osservo che nella relazione è evidenziato, per tre volte, come anche il presidente e il collega Sanga hanno rilevato, il problema della contraffazione *on line*: anche altre associazioni ce l'hanno segnalato. Io mi permetto di chiedere se potete fornirci in proposito materiali, indicazioni o siti, poiché questa è una Commissione di inchiesta. Si dà per scontato che la questione esista, laddove l'onorevole Sanga ne ha delineato anche le complica-

zioni, così come il presidente ha ricordato l'emendamento da lui presentato (che nella sua estensione poteva non essere compreso nel senso originario). Riterrei opportuno approfondire la questione man mano che i nostri lavori diventano più competenti, quindi, dal punto di vista della tutela della consegna dell'informazione, qualunque essa sia, perché insieme agli altri colleghi pensiamo vi sia un percorso da avviare. L'ultima osservazione è anche una domanda. Il dottor Tabacchi mi sembra molto entusiasta dell'associazione europea, vorrei pertanto che ci dicesse cosa questa sta facendo concretamente, perché in base a quello che abbiamo osservato fino ad ora, sempre con il beneficio dell'inventario, abbiamo apprezzato molto lo sforzo dell'Agenzia delle dogane e della Guardia di finanza per tantissimi aspetti, ma non avevamo riscontrato, se non in determinate sedi molto rare, questo pensiero positivo che egli ci ha trasmesso dell'Europa.

PRESIDENTE. Parlerei di sensibilità europea !

DEBORAH BERGAMINI. Intanto, ringrazio il cavalier Tabacchi per la sua relazione, molto chiara e che ci sarà molto utile. Ci sono numerosi elementi che sono già emersi nell'ambito del lavoro di questa Commissione: vediamo che sebbene cambino gli attori, i settori merceologici, quelli produttivi, tuttavia, le problematiche — ciò mi sembra abbastanza chiaro — sono le stesse o comunque molto simili, coerentemente con l'esperienza che ci siamo già fatti sino ad oggi.

Apprezzo particolarmente il richiamo alla necessità di creare una cultura comune, di cercare di incentivare la consapevolezza dei consumatori. Penso che, con riferimento all'occhialeria, abbiate spiegato molto bene che il rapporto tra la salute del consumatore e il prodotto contraffatto è molto stretto: questo è per noi un elemento molto utile. Ancora due brevi domande. Guardando alla relazione, ho visto le fotografie della distruzione di materiale contraffatto che, a vostre spese,

avete fatto e mi interessava capire un po' meglio come stanno le cose. Abbiamo infatti già parlato del problema della distruzione della merce contraffatta, un problema su cui vi sono ampi margini di miglioramento; questo è un esperimento molto interessante ma immagino che avrà dei costi che mi piacerebbe anche poter quantificare. Vi chiedo, quindi, se potete fornire qualche elemento in più a questa Commissione su questa interessante parte del contrasto alla contraffazione.

L'altro aspetto sul quale volevo fare un ulteriore passaggio è il seguente. Con grande chiarezza, nel momento in cui parlate del ruolo e della funzione delle singole istituzioni, voi date un'indicazione molto netta di ottimismo e di apprezzamento del lavoro svolto dal Cnac. Voi parlate del Cnac come di un organo molto efficace, che ha mostrato di saper dialogare bene con i produttori. Volevo capire meglio che cosa intendete con questa affermazione, dove vedete questa connotazione di efficacia per quello che riguarda il Consiglio nazionale anticontraffazione.

FABIO RAINIERI. Signor presidente, nel ringraziare i nostri auditi volevo avanzare una sorta di provocazione. Nella sua relazione il presidente ha toccato un punto chiave, laddove ci ha detto che la contraffazione è spesso considerata una conseguenza necessaria del successo commerciale. Questo, purtroppo, l'abbiamo sentito da quasi tutti gli auditi che vengono a lamentarsi della contraffazione, però, dall'altra parte, loro stessi dicono che se un marchio non è contraffatto non è importante e, sostanzialmente, la stessa cosa la state dicendo oggi voi: è una rassegnazione questa? Mi auguro sia comunque l'inizio di una guerra, anche al vostro interno, perché se per primi, voi, cioè le ditte che hanno il marchio famoso nel mondo, non cercate di controbattere questo tipo di situazione, non penso che andremo molto lontano: noi possiamo fare tutti gli sforzi legislativi possibili e immaginabili, compreso quello della lotta alla pirateria *on line*, ma se poi all'interno delle imprese c'è chi (come torno a dire, è un tema che

abbiamo più volte sentito ribadire in questa Commissione) accetta tale fenomeno, anche al fine di far vedere che il marchio del proprio settore è importante, gli sforzi si vanificano.

ANNA TERESA FORMISANO. Ringrazio i rappresentanti dell'Anfao per la loro presenza e per la relazione svolta. Volevo porre alcuni quesiti, al di là delle cose che tutti i colleghi hanno detto e che sono ovviamente tutte pienamente condivisibili: che tipo di rapporto avete voi, Anfao, con il Cnac? Avete in essere convenzioni o altro? Peraltro, a margine, sommessamente, vorrei dire al presidente che sarebbe opportuno anche ipotizzare un incontro della Commissione con il Cnac.

PRESIDENTE. Lo abbiamo già richiesto da molto tempo; siamo in attesa della conferma di una data.

ANNA TERESA FORMISANO. Un'altra domanda: avete notizia di centri di smistamento e di vendita di prodotti contraffatti a quella miriade di ambulanti che si trovano sul nostro territorio nazionale? In qualsiasi fiera, mercato o festa patronale andiamo, le prime bancarelle che si incontrano sono quelle degli occhiali, (siano essi nigeriani o italiani, non è questo il problema): li troviamo finanche sulle spiagge. Il prodotto che, in assoluto, viene venduto maggiormente sulla spiaggia è proprio l'occhiale, chiaramente contraffatto: gli ambulanti portano addirittura delle valigie con occhiali e foderi di tutte le firme possibili. Ho il dubbio — e credo che non sia soltanto un dubbio — che ci siano delle centrali di raccolta di questi prodotti, che poi vengono distribuiti soprattutto in alcune località e in alcuni periodi. La mia domanda è se voi avete notizia di questi centri, che sicuramente esistono, perché sarebbe per noi molto importante acquisire questo dato.

Inoltre, gli occhiali da vista contraffatti sono ancora più pericolosi degli occhiali da sole, costituendo realmente un danno per la salute; già quando passò la novità degli occhiali in vendita in farmacia, mi

sembrò una cosa un po' strana, perché presumo che prima di acquistare un paio di occhiali sia necessaria una visita, laddove invece, con 10 euro, ciò è oggi possibile (questa per me era già una cosa da guardare con attenzione). Dal momento che parliamo di danno alla salute e poiché si fa ogni anno una grande pubblicità alla giornata della prevenzione per la vista, avete pensato di fare, magari in abbinamento con gli oculisti, una campagna a livello nazionale? Se si invitano le persone a misurare la vista, perché è meglio prevenire che curare, e poi si lascia che i cittadini vadano ad acquistare gli occhiali presso una bancarella, il danno è duplice! Anche quella dell'educazione all'acquisto corretto, nel vostro caso specifico, penso che possa essere una via da percorrere.

PRESIDENTE. Do la parola al cavalier Tabacchi per la sua replica.

VITTORIO TABACCHI, *vicepresidente di Anfao*. L'onorevole Sanga parlava principalmente di *on line* e *web*; io, a questo proposito, risponderai contemporaneamente a lei e all'onorevole Vico, che ha rivolto la stessa domanda. Nella nostra relazione abbiamo inserito due o addirittura tre volte questo argomento perché in questo momento sta primeggiando. Se lei guarda i dati delle raccolte di prodotto contraffatto negli ultimi quattro anni, osservando in particolare gli ultimi sei mesi, potrà constatare che in una sola volta, precisamente nel Veneto, sono stati requisiti 2 milioni di pezzi. Abbiamo — o hanno — scoperto una centrale di smistamento: non immaginiamo da dove possa provenire tale merce, però questi centri, così come chi li organizza — non voglio offendere un popolo — sono oggi principalmente opera di cinesi. Sono loro i più organizzati, i più precisi, quelli più infiltrati in tutte le organizzazioni (ultimamente, perché prima c'erano altre organizzazioni al di là delle quali era molto più difficile distinguere eventuali responsabili). In ogni caso, è stato scoperto questo centro e sono stati requisiti due milioni di pezzi contraffatti di tutte le marche. Per rispondere alla sua

domanda, chiaramente sono contraffatti i prodotti che troviamo sulle spiagge o sulle lenzuola, in tutti i *liston* — lo dico alla veneta — del mondo, perché non è un problema solo italiano, soltanto che all'estero il fenomeno è molto più regolamentato, perché, per esempio, a Parigi lei trova determinate cose in una certa zona e non altrove mentre a Roma le trova dappertutto; all'esterno del Ministero dell'industria ci sono una serie di bancarelle piene di occhiali e quindi lì sarebbe abbastanza facile andarli a prendere.

Per tornare alla domanda posta dal presidente, vorrei che rispondesse il dottor Gili, anche alla luce del fatto che proprio di recente lei ha avuto un incontro in proposito con una società e, mentre stavo leggendo la relazione, lei ha ricordato di « aver tentato ».

PRESIDENTE. Prego il dottor Gili di proseguire.

FRANCESCO GILI, *vice direttore di Anfao*. Noi abbiamo cercato di studiare il fenomeno della contraffazione *on line* anche a livello europeo, perché se in Italia cominciamo a vederlo per quanto riguarda gli occhiali da sole, in Europa lo si comincia a vedere molto anche per quanto riguarda gli occhiali da vista. Addirittura, ci sono siti che fanno l'esame della vista *on line* e propongono l'occhiale direttamente a casa a prezzi stracciati. In questo caso, non si tratta di contraffazione bensì di illegalità, posto che far ciò è assolutamente illegale in tutta Europa. Vengono infatti proposti dei *test*, più o meno attendibili, ai quali si risponde e, sulla base di questi *test*, viene poi diagnosticato un difetto e prescritto un occhiale a 25-30 euro, che viene consegnato a casa. Ciò è assolutamente illegale in tutta l'Europa. Tali siti, tuttavia, non sono ubicati in Europa per cui riescono a svolgere tranquillamente questa attività. Questo fenomeno non c'è ancora in Italia, ma poiché è dilagante in Francia e Spagna, prima o poi arriverà anche da noi: qui non si tratta di contraffazione ma di illegalità, perché la legge indica che sia la prescrizione, sia la

visita devono essere fatte da un tecnico e che deve essere lui a consegnare gli occhiali. Questo, però, è il fenomeno. Per quanto riguarda la contraffazione degli occhiali da vista venduti *on line*, se fino a qualche tempo fa era davvero difficile stabilire la provenienza e il *network* dei siti, adesso ci sono almeno un paio di organizzazioni in Italia che stanno collaborando con le associazioni; proprio ieri è stata presentata a Milano un'analisi molto attendibile e puntuale, fatta però sugli orologi, attraverso la quale vengono monitorati, a livello mondiale, centinaia di marchi di orologi (ma, nel caso, potrebbero essere anche altri prodotti) fino ad arrivare ad identificare i *network* che stanno dietro i vari siti, al fine di poter oscurare gli stessi. Auspichiamo che si arrivi alla chiusura di questi siti, ma anche alla fase successiva. Questi metodi di analisi devono riuscire a chiudere il negozio, ma la fase successiva consiste nello scoprire chi fornisce il negozio, per poter arrivare al produttore. Il cavalier Tabacchi ricordava che se in Italia abbiamo 100 aziende che producono occhiali, tutte certificate e conosciute, per tutti i marchi, in Cina ce ne sono 1.400 di quelle conosciute, più qualche altro centinaio non registrato. Chiaramente, queste aziende sfuggono al controllo dell'organizzazione cinese, figuriamoci al nostro! Abbiamo chiesto ai nostri colleghi cinesi e anche al Governo, attraverso l'avvocato Pepe e il Ministero dello sviluppo economico, di arrivare a stringere degli accordi bilaterali per cercare di fermare sul posto le merci in uscita: abbiamo cioè chiesto un maggior controllo delle merci in uscita. Fino a qualche anno fa, ciò era impensabile con la Cina; adesso, vediamo che la Cina sta cercando di ascoltare un po' di più: essa stessa, infatti, si rende conto che permettendo un'eccessiva fuoriuscita di prodotto contraffatto, ciò va poi ad influire anche su quello vero e sulla delocalizzazione del resto.

Per quanto riguarda la demolizione delle merci sequestrate, questo è un problema veramente serio e grave: noi siamo riusciti a far ciò due o tre volte nel corso

degli ultimi anni, con spese che sono andate da 4.000 a 5.000 euro, a seconda del quantitativo (e parliamo di quantitativi minimi). Per la distruzione, servono infatti società che siano prima in grado di demolire il prodotto e poi di smaltirlo, per cui ci sono costi importanti. Constatiamo, purtroppo, che il più delle volte le merci sequestrate finiscono poi per scomparire: non sappiamo se tornino sul mercato. Sappiamo che nel tessile, tali merci vengono private — tagliandola via — dell'etichetta e date ad associazioni di beneficenza, oppure seguono giri paralleli: insomma le sequestriamo e poi scompaiono. Pertanto, dovremmo prestare un'attenzione maggiore proprio al problema del costo dello smaltimento, che il più delle volte le dogane non riescono a sostenere.

PRESIDENTE. Scusi se faccio un passo indietro ma, rispetto alla domanda, che era abbastanza precisa, dato per buono il 15 per cento di quello che voi considerate oggi il prodotto contraffatto, che circola ugualmente sul mercato, tale prodotto è d'importazione o lei ritiene che ci siano anche delle aziende italiane che sono dedite a queste attività?

FRANCESCO GILI, *vice direttore di An-fao*. Io direi — il presidente mi corregga se sbaglio — che il 99 per cento è un prodotto di importazione.

PRESIDENTE. Arriva dall'estero?

FRANCESCO GILI, *vice direttore di An-fao*. Sì, arriva dall'estero. Il maggior centro produttore è chiaramente l'Asia; non mi limiterei però solo alla Cina perché c'è anche Taiwan e altri paesi come Hong Kong che fanno contraffazione; in Italia fare un prodotto contraffatto non conviene economicamente per via dei costi di produzione che abbiamo.

DEBORAH BERGAMINI. Volevo tornare sul sistema dello smaltimento e della demolizione. Voi dite che questo materiale viene sequestrato e che i costi per distruggerlo sono elevati, per via dello smalti-

mento oltre che per la demolizione o immagazzinamento, e che quindi, di fatto, spesso sparisce, essendo dato ad associazioni di beneficenza nel caso del tessile: nel caso degli occhiali, dalle vostre evidenze, come associazione, che cosa pensate che accada?

CINZIA RONCHI, *responsabile ufficio studi di Anfao*. Dalle nostre evidenze, generalmente, il prodotto viene lasciato nei magazzini delle dogane, posto che poi le dogane stesse ci chiedono un aiuto per far sapere a livello istituzionale tutto ciò, perché non hanno i fondi per distruggere tale materiale, il quale occupa i magazzini per molto tempo. Infatti, per poterlo distruggere bisogna aspettare tutta la fase procedurale di conclusione dell'indagine da parte della magistratura, per cui una situazione del genere non è ipotizzabile. Sottolineo che parliamo dell'occhiale, che di per sé ha dimensioni minime: si pensi ad altri prodotti e allo spazio che possono occupare! Pertanto, è evidente che qualche parte di questo prodotto finisca ad associazioni di beneficenza.

PRESIDENTE. Ma anche gli occhiali, quindi, non solo il tessile?

CINZIA RONCHI, *responsabile ufficio studi di Anfao*. A noi però non è data questa evidenza.

VITTORIO TABACCHI, *vicepresidente di Anfao*. Vado avanti sulle domande. Da dove vengono i prodotti contraffatti? Indirettamente, le è stato già risposto: principalmente dalla Cina ma comunque da tutti i paesi in cui il costo della manodopera è inferiore a quello italiano, perché altrimenti non ci sarebbe motivo per contraffarli e venderli. Sulla spiaggia o sulla bancarella, questi prodotti hanno un costo che va da 10 a 20 euro, quindi, come può un prodotto di altissima moda, che in vetrina costa 400, 500 o 600 euro costarne 20 o 30? È nettamente contraffatto! Mi collego anche all'osservazione sul danno. Il nostro non è un prodotto alla stregua di un capo di abbigliamento contraffatto, il

quale porta un danno soltanto all'industria che lo produce o allo Stato che non incassa le tasse o l'Iva: nel nostro caso c'è di mezzo la salute e quando dico ciò non intendo esclusivamente quella della persona fisica, che porta o indossa un occhiale. Infatti, una persona che prende un medicinale contraffatto subisce un danno diretto solo per se stessa e basta. Nel nostro caso, un prodotto contraffatto male danneggia non solo chi lo indossa ma anche gli altri: pensate ad un autista, ad un pilota, ad un guidatore di *camion*; pensate i danni che può causare un occhiale contraffatto nel caso di un incidente, ai costi assicurativi, umani e via dicendo. Gli occhiali sono un prodotto di cui pochi riconoscono e conoscono il peso e il valore qualora sia contraffatto.

Per quanto riguarda l'Eurom, si tratta di una federazione delle associazioni europee. Vi sono associati Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia, Germania, Inghilterra, Austria e Svizzera. L'ufficio ha sede a Parigi. Eurom, principalmente, raccoglie tutte le istanze da parte dei vari Paesi, i quali mandano in Europa le loro richieste e necessità (accennavo, appunto, al fatto che, in questo momento, particolarmente sentito da parte di tutti gli associati europei è il problema della contraffazione *on line*). Sono stato ricevuto due volte a Strasburgo presso la Commissione trasporti del Parlamento europeo perché per primi abbiamo fatto delle ricerche — adesso anche la Francia e sembra che voglia far ciò anche la Germania — sul tema vista-guida, relativamente ai danni che possono causare i prodotti contraffatti alla guida. Inoltre, non c'è soltanto la contraffazione del prodotto; purtroppo, abbiamo anche molti medici, molti oculisti che fanno le visite. Ognuno di voi avrà fatto la visita per il rinnovo della patente e, molte volte, ciò avviene senza che il medico guardi neppure la persona in faccia, con poche rapide domande. Anche questo è un problema che abbiamo portato in sede istituzionale, proprio per cercare di avere delle visite oculistiche molto precise e profonde. Stiamo anche preparando una scheda da dare al Ministero

della salute in maniera che ogni medico, ogni oculista debba attenersi a domande precise e rispondere alla visione del paziente, cioè fornendo una visita oculistica seria e vera, al fine di concedere la patente ai soggetti che ci vedono bene.

In Francia, questa ricerca ha riscontrato che ci sono otto milioni di persone che hanno una vista non sufficiente per la patente che hanno. Se pensiamo ai progressi che ha fatto in questi ultimi anni l'industria automobilistica in generale, il danno che ne può derivare è infinito. Pertanto, in sede Eurom, lavoriamo su questo argomento. In questo momento abbiamo in Eurom anche altri due argomenti, *counterfeiting* e *made in*, sui quali stiamo lavorando con le varie Commissioni europee. Sulla sanità stiamo lavorando a Bruxelles con l'onorevole Elisabetta Gardini, presso la Commissione sanità, per avere soddisfazione sulle nostre ricerche. Questo è in sintesi ciò che fa l'Eurom.

LUDOVICO VICO. A parte il buon lavoro di Eurom, c'è questa tendenza in Europa, anche da parte nostra, a vedere il fenomeno dal punto di vista sanitario (la riflessione non è riferita a lei in particolare bensì ai lavori che abbiamo svolto finora), anche con una leggera ipocrisia per la quale, ad un certo punto, scatta il diritto del consumatore, che è sacro. Il problema, invece, ha una valenza economica per le associazioni delle imprese e per quelle dei lavoratori: il punto, dopo un anno di lavoro, è sempre questo. Si gira intorno all'argomento — chiedo scusa per la confidenza che sto usando — e si affronta, giustamente, il problema del diritto del consumatore, ma tutti noi sappiamo — anche i presenti qui — che c'è un problema di *made in all'import* e *all'export* — e in questo caso è solo *all'import* — che ci risolverebbe parzialmente una delle tante questioni che voi, con questo lavoro, ci avete rappresentato oggi.

Quando concluderemo i nostri lavori verificheremo che c'è un problema dal lato del consumatore, da quello della salute, che c'è il problema delle professionalità e dell'etica pubblica (quando la spesa è

pubblica) ma, soprattutto, c'è un problema, che è il nodo italiano e di tutti i paesi che producono, che è dato dalla tracciabilità *all'import*, che noi siamo obbligati, giustamente, a rendere perché ci viene chiesta *all'export*. Questo è il nodo Europa! Le chiedo scusa se l'ho interrotta ma volevo dire, a Confindustria, al mondo del lavoro in generale, di trovare un punto di convergenza poiché quello descritto è il punto, che poi è consegnato alla nostra rappresentanza italiana in sede di Consiglio europeo e delle Commissioni.

VITTORIO TABACCHI, *vicepresidente di Anfao*. Giustamente, però, io parlavo anche di Commissione trasporti prima, non solo sanità. Nel 2013 ci sarà la patente europea e quindi ho parlato più volte con i componenti della Commissione trasporti proprio per cercare di sollecitare una legislazione che sia un po' più severa di quella odierna.

CINZIA RONCHI, *responsabile ufficio studi di Anfao*. Per quanto riguarda i rapporti con il Cnac, l'onorevole Bergamini ci sollecitava a chiarire il perché consideravamo il metodo di lavoro del Cnac positivo. Per la prima volta, effettivamente, sono state coordinate tutte le associazioni, tutte le istituzioni, tutte le forze di polizia, le dogane e la Guardia di finanza (preposti al controllo del territorio) e sono stati istituiti dei tavoli di lavoro che hanno fatto emergere nuove tematiche, espresso necessità e fatto una sorta di lista delle priorità, creando un documento di lavoro programmatico che può essere la base per qualsiasi istituzione — per il Governo, per le direzioni del Ministero che se ne occuperanno — nell'obiettivo di lavorare tutti insieme, in maniera tale da non disperdere le forze. Infatti, sulla contraffazione, così come su altre tematiche, spesso si avvia un'iniziativa a Milano, una a Roma, una da parte dei Carabinieri, una della Guardia di finanza, una del Ministero, ma tali iniziative non sono mai coordinate e disperdono le forze, seppure nella bontà delle iniziative singole. Il Cnac può essere un punto di riferimento per non disperdere le varie possibilità.

FRANCESCO GILI, *vice direttore di Anfao*. Aggiungo un'ultimissima cosa che risponde, in parte, alla domanda sull'educazione e sulla comunicazione: è assolutamente importante che a fianco di tutte queste azioni che stiamo avviando, vi sia anche un'azione di comunicazione e di educazione del consumatore. Il cavalier Tabacchi, due anni fa, ha fatto da stimolo alla Confindustria per creare la prima giornata nazionale per la lotta alla contraffazione; abbiamo cercato di far ciò a Venezia in modo eclatante, distruggendo del materiale per poter andare sulle televisioni e far vedere all'opinione pubblica cos'era la contraffazione, cos'era il prodotto contraffatto, nell'intenzione di stimolare attenzione e interesse. Quest'anno, la Confindustria ha riproposto tale giornata, però lo ha fatto un po' più a porte chiuse, in un modo molto operativo ma sottacendo l'aspetto inerente alla comunicazione.

PRESIDENTE. C'eravamo!

FRANCESCO GILI, *vice direttore di Anfao*. Auspichiamo che questa giornata di lotta alla contraffazione sia un momento di forte comunicazione con il pubblico, di coinvolgimento di tutte le realtà produttive — magari non solo confindustriali ed anche con Confcommercio — rappresentando il momento migliore per spiegare davvero al pubblico italiano cosa sia la contraffazione e quali siano le sue implicazioni. Penso che se nessuno comprasse merce contraffatta, in pochi la venderebbero.

VITTORIO TABACCHI, *vice presidente di Anfao*. Faccio un'ultima considerazione. Lei, onorevole Rainieri, accennava al fatto per cui anche altre associazioni hanno fatto presente che la contraffazione è una conseguenza diretta del successo commerciale. È logico, solo un prodotto di successo può essere copiato, imitato, contraffatto, perché altrimenti chi lo vende non avrebbe nessun successo. Parlo del marchio, per esempio.

FABIO RAINIERI. Però, se la ditta che contrasta la contraffazione — come state

facendo voi — poi gode anche di questo binario, allora mi domando se non sia il gatto che si morde la coda.

VITTORIO TABACCHI, *vice presidente di Anfao*. Lungi da noi il solo pensarlo! Ci stiamo battendo proprio per evitare ciò. Abbiamo indicato l'aspetto del successo commerciale nel senso che, come italiani, siamo *leaders* mondiali e quindi siamo i più copiati, i più imitati, i più contraffatti, i più seguiti. Certamente, non ci vantiamo di questo, però è così, quindi, tutto il mondo ci copia e vuole contraffare i nostri prodotti.

FRANCESCO GILI, *vice direttore di Anfao*. Nel nostro caso specifico, essendo noi produttori per la metà delle *griffe* presenti, e non di proprietà, noi siamo produttori con *griffe* in licenza e non abbiamo nessun interesse in tal senso, anzi abbiamo interesse che non ci sia alcun prodotto contraffatto, in modo che i licenziatari continuino a dare licenza all'azienda italiana.

PRESIDENTE. Questo mi sembra abbastanza evidente, posto che, come abbiamo visto, la gran parte dei marchi sono stranieri, quindi non produce solo marchi italiani. Vi ringrazio per la disponibilità, per la presenza e per la qualità delle informazioni che ci avete reso e che saranno sicuramente oggetto di una parte specifica nell'ambito dell'approfondimento che stiamo svolgendo. Colgo l'occasione, quindi, per salutarvi e ricordarvi che se aveste in ogni caso informazioni ulteriori da fornirci, anche nelle prossime settimane, e voleste inviarle alla Commissione, saremo lieti di acquisirle agli atti (saranno inoltre utili ai nostri collaboratori, che stanno lavorando alla relazione). Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta, sospesa alle 15,10, è ripresa alle 15,15.

Audizione di rappresentanti di Unione CNA Federmoda.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Antonio Franceschini, responsabile nazionale Unione CNA Federmoda. Come lei saprà, la Commissione sta svolgendo un ciclo di approfondimenti sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale, relativamente al settore della moda e del tessile. Ai fini dei nostri lavori, le darei subito la parola affinché lei possa darci illustrazione dei contenuti della sua relazione per poi eventualmente ascoltare gli interventi da parte dei colleghi che desiderino porre domande o formulare integrazioni.

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Intanto, grazie per l'attenzione nei confronti della nostra associazione e anche per la disponibilità a riceverci; eravamo stati invitati anche la scorsa settimana ma eravamo impegnati all'estero in una fiera. Abbiamo preparato un documento che sostanzialmente riprende i lavori che potrete ritrovare nel testo scritto.

PRESIDENTE. Se lei ce lo vuole sintetizzare, saremo lieti di acquisirlo agli atti.

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Troverete probabilmente delle ripetizioni rispetto a lavori svolti anche da altri colleghi in quanto, soprattutto sui dati, ci siamo avvalsi dei lavori recenti del Censis e anche dell'Istat, di Indicam e del gruppo di lavoro tecnico all'interno del Consiglio nazionale anticontraffazione, istituito presso il Ministero dello sviluppo economico. Intanto, esprimo un apprezzamento per il lavoro svolto perché, come è noto, il tema della contraffazione rappresenta una problematica estremamente preoccupante per il nostro paese e per il sistema economico.

Stimiamo che la contraffazione in Italia rappresenti un giro di affari di oltre sette

miliardi di euro, di cui circa il 50 per cento all'interno del settore moda; se pensiamo che tale settore, nel 2011, ha chiuso con un fatturato di circa 70 miliardi di euro, tale percentuale rappresenta una fetta molto importante.

Per quanto riguarda l'attività, pensiamo che il tema predominante sia quello della contraffazione di marchi e *griffe*. Crediamo che abbia una sua rilevanza porre attenzione — non so se anche questo tema è all'ordine del giorno della Commissione — anche alla contraffazione dell'origine delle merci, tema sicuramente più delicato ma — crediamo — di altrettanta importanza, soprattutto perché il tema del *made in Italy*, spesso applicato su prodotti che invece non hanno questa origine, rappresenta una problematica ugualmente preoccupante.

Nella discussione su questo tema, anche all'interno dei lavori del Ministero, normalmente si pensa alla contraffazione di *griffe* e marchi. C'è invece un problema molto forte legato a prodotti presenti sul mercato che applicano irregolarmente, al di là della *griffe* o del marchio commerciale, il marchio di origine *made in Italy* in maniera non corretta.

Questo è un tema molto delicato, perché sul mercato internazionale il *made in Italy* è estremamente apprezzato ed è anche il valore principale per molte delle piccole e medie imprese, che in particolare rappresentiamo. Tali piccole e medie imprese rappresentano una fetta importante del nostro settore moda; sono le cosiddette *all brand*, aziende che hanno un marchio non ad alta risonanza di notorietà nell'opinione pubblica e che, ovviamente, fanno grande leva sul fatto di potersi presentare con il marchio *made in Italy*.

PRESIDENTE. Mi scusi, quindi lei dice che c'è un problema legato al fatto che ci sono prodotti per i quali il marchio non è contraffatto, perché sono prodotti non di primario richiamo, che però vengono venduti a un valore diverso da quello che avrebbero normalmente, solo fregiandosi di essere *made in Italy* quando non lo sono? La domanda che le faccio è questa:

made in Italy non sono, perché totalmente prodotti all'estero ma qualcuno eserciterebbe una forma di contraffazione (come ci è stato riportato anche da altre parti, c'è il tema dei semilavorati), quindi, si tratterebbe di prodotti che arrivano in Italia solo per l'ultima lavorazione?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. No, vi è proprio una situazione che riguarda un prodotto totalmente non fatto in Italia. Questo tema, in molti casi, è normato dai regolamenti europei; ci sono anche fenomeni molto più preoccupanti, di cui siamo stati informati dalle nostre imprese, relativi a realtà che importano un prodotto completamente finito dall'estero, mentre la lavorazione che viene fatta in Italia riguarda semplicemente la sostituzione del marchio di origine: si tratta quindi di staccare l'etichetta del marchio e di sostituirlo con quello *made in Italy*.

PRESIDENTE. Scusi se la interrompo, ma voi avete riscontri oggettivi di questo? Avete notizia del fatto che ci siano state operazioni da parte delle forze dell'ordine, per esempio sequestri riguardanti questo tipo di fenomeno, o più semplicemente si tratta di un fenomeno diffuso che sfugge ai controlli?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. No, ci sono sicuramente delle operazioni, che sono state evidenziate da parte delle forze dell'ordine intervenute su questi fenomeni, ma ci sono anche situazioni che sfuggono. Abbiamo anche in essere un costante rapporto con la Guardia di finanza e con altre realtà, laddove cerchiamo di segnalare quando veniamo a conoscenza del fatto che su certe aree del nostro territorio arrivano prodotti che poi vengono modificati nell'etichettatura di origine.

LUDOVICO VICO. Mi scusi se insisto insieme al presidente, ma questo è un punto, per come è scritto, molto delicato. Faccio questo esempio. Se io facessi dei *pullover* con la lana di pecora che importo

dall'Australia, perché qui non ce l'ho, farò il maglione con il mio *brand* internazionale che chiamerò « Franceschini » e scriverò in etichetta: fatto con lana di pecora australiana. Questo significa, se ho interpretato bene, tornare al *full made in Italy*, cioè che la tracciabilità deve essere descritta per intero? Vorrei conferma di aver interpretato bene. Le faccio un altro esempio. Se il tessuto non è italiano, ma è rumeno.....

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Certo, non mi riferivo a un caso del genere, dove è legittima l'applicazione del *made in Italy*. Se importiamo un prodotto o un tessuto dall'estero, la normativa oggi in vigore prevede comunque sul capo di abbigliamento che realizzi con un tessuto proveniente anche dall'Inghilterra la dicitura *made in Italy*. Noi ci riferiamo proprio a situazioni dove c'è un'importazione di prodotti finiti in Italia, quindi camicie piuttosto che maglie o giacche e dove viene fatta una pura e semplice operazione di truffa, un'operazione di irregolare cambio del marchio di origine, quindi, dell'etichetta. Pertanto, la camicia che lei trova nel negozio può arrivare da chissà dove. Si tratta di un'operazione abbastanza diffusa.

LUDOVICO VICO. Stiamo parlando della contraffazione del marchio?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. In questo caso, del marchio di origine. Il fenomeno è molto preoccupante. Nell'ultima parte del documento troverete alcuni suggerimenti, alcune indicazioni e le priorità individuate da parte del gruppo tecnico all'interno del Consiglio nazionale anticontraffazione presso il MISE (le quali, però, non sono indicate in ordine di importanza). Per quanto ci riguarda, l'attività che stiamo cercando di svolgere, ormai dal 2007, è quella di un costante rapporto all'interno delle scuole e degli istituti per parlare con i giovani. Abbiamo, ormai dal 1991, un'iniziativa che coinvolge le scuole di tutta Italia. Si tratta di una manifesta-

zione che si chiama « Riccione Moda Italia, concorso nazionale per giovani stilisti », che giunge quest'anno al ventiduesimo appuntamento. Questa iniziativa ci dà l'opportunità, durante l'anno, di entrare a contatto con i giovani. Cerchiamo di inserire tra gli argomenti di confronto con i giovani anche questo tema, perché purtroppo l'impressione che abbiamo è che il tema dell'acquisto del prodotto contraffatto sia spesso sminuito dal punto di vista del valore, sia economico, sia, anche, sociale. Sulle nostre spiagge, d'estate, a volte si assiste quasi ad un gioco tra bagnanti che, magari la sera, prima dell'aperitivo, discutono in merito al fatto di essere riusciti ad acquistare una certa borsa a un costo inferiore. Purtroppo, c'è disattenzione. Stiamo quindi cercando di educare i giovani a un consumo consapevole, nel senso che non è fondamentale acquistare — se non si è nelle condizioni — un prodotto griffato: ci si può orientare comunque verso un prodotto di qualità, che può essere benissimo di imprese meno note. Questo fatto, al di là di essere un bene per il sistema economico del paese, va anche a ridurre risorse in un sistema che ormai è visto come uno dei metodi per il finanziamento delle organizzazioni internazionali criminali.

Crediamo, quindi, che su questo tema ci sia molto da fare, soprattutto dal punto di vista dell'informazione e della formazione. Crediamo che, al di là delle azioni da parte delle forze dell'ordine — che sosteniamo — e degli impegni di alcune amministrazioni comunali per mano dei loro sindaci (ai quali abbiamo manifestato solidarietà laddove hanno incassato delle contestazioni da parte della cittadinanza in occasione di iniziative di repressione di questo fenomeno), un lavoro importante che il nostro paese, le istituzioni e il mondo delle imprese devono portare avanti sia quello dell'informazione, per cercare di diffondere una maggiore consapevolezza delle implicazioni legate al fenomeno della contraffazione.

PRESIDENTE. La ringrazio. Do ora la parola ai colleghi che intendono interve-

nire per porre quesiti o formulare osservazioni.

LUDOVICO VICO. Stavo leggendo rapidamente il documento, che trovo veramente molto completo, e nella parte finale mi sembra siano contenute le cosiddette priorità. Molto apprezzabile è la lotta alla contraffazione *on line*, che è già stata oggetto di una nostra osservazione e che il presidente ha riassunto in queste ultime settimane; anche con riferimento al coordinamento delle forze dell'ordine, si tratta di un'osservazione che abbiamo reso; vi è poi uno spostamento molto deciso sulla formazione e l'educazione al tema della contraffazione.

Le imprese sono vittime della contraffazione, del danno economico e dei danni collaterali, come risulta dai dati Censis riportati: voi pensate che la lotta alla contraffazione si fa se il popolo capisce? Mi spiego meglio: questo aspetto è senza meno importante, ma se aspettiamo quel momento, aspetteremo a lungo. Inoltre, mi sembra che si svilisca moltissimo ciò che invece, in premessa, si osserva e che condividiamo tutti, cioè che la contraffazione, il mercato illegale e i mercati paralleli sono economie e alle economie non si può pensare come nel passaggio della Bibbia (ma è nella Bibbia che Davide batte Golia), cioè occorre capire quale sia la contromisura fondamentale di contrasto verso un'economia che rischia di diventare dominante, ma anche quale sia la difesa della libertà, del mercato e dell'economia stessa.

Detto tutto ciò, come mai le associazioni di imprese citano l'intervento dello Stato nella sua azione, giustamente repressiva e di contrasto, e invece noi continuiamo a non trovare nelle audizioni che svolgiamo in una Commissione d'inchiesta denunce verso le associazioni criminali? Non è possibile che quella parte di economia criminale che accompagna un'economia illegale (evidentemente, non è tutta criminale ma ha una sua contiguità molto evidente) colpisca il nostro sistema, quello economico, delle imprese e delle sue rappresentanze (questo aspetto non è riferito

solo alla sua associazione) come se fosse un fatto esterno. Questo fatto mi fa riflettere e le pongo, quindi, questa domanda per comprendere quali sono i vostri comportamenti.

PRESIDENTE. Condivido il quesito posto dall'onorevole Vico, perché ritengo sia un fatto essenziale, anche ai fini della possibilità di ottemperare ai principi della legge istitutiva di questa Commissione di inchiesta. Noi ci troviamo, di fatto, di fronte a una situazione che non è solo vostra ma è generalizzata e nell'ambito della quale le categorie ci illustrano un quadro desolante dal punto di vista dei numeri; si ha la percezione abbastanza netta di un fenomeno che è ormai dilagante, però sono pochi i riferimenti specifici a qualcosa di più particolare.

Mi spiego meglio, in effetti, associazioni di categoria che si siano rese protagoniste di azioni di denuncia vere e proprie nei confronti di soggetti che, di fatto, rispondono direttamente o indirettamente a sodalizi criminali non ce ne sono: c'è un certo fatalismo in questo, quindi anche io mi associo a questa domanda. Avete in animo iniziative che possono andare in questa direzione? Vi è l'idea che qualche osservatorio possa uscire semplicemente da una logica legittima di dibattito con le istituzioni per entrare nel vivo del problema, inviando una segnalazione alle istituzioni e soprattutto alle forze di polizia, laddove si ritiene che esistano queste problematiche? Dove è il mercato, dove nasce, quali sono i soggetti che vi partecipano? Sono o non sono soggetti vostri associati? Sono soggetti che vivono all'interno o all'esterno del mondo delle associazioni di impresa? Quanta contiguità c'è fra le aziende per bene, o perlomeno presunte tali, e le attività che di fatto, con la loro azione, ingrossano le fila di questo mercato che è diventato un vero e proprio mercato parallelo?

Penso che questo fosse il tema sollevato dal collega Vico — se ho capito bene — e quindi mi associo anch'io a questa domanda, che credo rivolgeremo a tutti da ora in poi perché non riusciamo ad uscire

da questa *impasse*: tutti sappiamo che c'è un problema, tutti lo vediamo — è macroscopico e basta uscire fuori per vedere che il commercio avviene quasi sistematicamente, i prodotti venendo venduti sulle spiagge così come altrove — però azioni vere e proprie da parte delle associazioni di categoria, che diano anche simbolicamente il senso di un'azione di partenza per debellare il problema, fino ad ora, non le abbiamo percepite.

ANTONIO FRANCESCHINI, responsabile nazionale Unione CNA Federmoda. Allora, intanto condivido che c'è una portata del fenomeno di denuncia e di repressione. Per quanto riguarda il tema della formazione — parto dall'intervento dell'onorevole Vico — è importante che ci sia una consapevolezza da parte del consumatore e del cittadino di cosa si genera andando ad acquistare prodotti contraffatti: l'impressione che abbiamo è che ciò venga in qualche modo ritenuto un po' come un gioco, una cosa irrilevante. Sicuramente, quindi, si tratta di un percorso che ha tempi lunghi, ma che costituisce — ne sono convinto — una delle aree fondamentali per i nostri prodotti. Vedo che oggi c'è un ritorno di risultati positivi in generale per le aziende del nostro settore, perché il consumatore sta in qualche modo spostando la sua attenzione verso i prodotti di qualità, facendo attenzione al valore intrinseco degli stessi. Ciò, di per sé, genera sicuramente del virtuosismo.

Per tornare alla questione posta, abbiamo il sistema CNA diffuso sul territorio, abbiamo circa 1000 uffici a livello nazionale e una presenza forte nelle province e nelle regioni, c'è un ampio confronto con le forze dell'ordine, laddove tutti i fenomeni di illegalità vengono messi in evidenza. Ho in mente alcune iniziative messe in atto lo scorso anno, ad esempio dalla nostra realtà di Forlì-Cesena, ma anche dalla Toscana, dove è stato avviato un intenso confronto partendo dalla richiesta, verso i nostri associati, di segnalarci dei fenomeni di cui erano a conoscenza, ciò al fine di non metterli nelle condizioni di esporsi direttamente, an-

dando quindi noi a confrontarci con le forze dell'ordine per segnalare situazioni di criticità (in alcune zone sono stati fatti degli interventi al riguardo).

Quanto alla contiguità con imprese non regolari, non posso escludere che ci siano imprese che conducono una parte di lavoro regolare e una parte irregolare, anche se credo che siano molto poche. Fondamentalmente, la contraffazione coinvolge un sistema sommerso, quindi, anche di attività illegali, non registrate (anche perché è tutto veicolato, ovviamente, fuori dai bilanci, in nero, e oggi un'impresa regolarmente iscritta con i suoi dipendenti avrebbe difficoltà ad essere coinvolta in maniera importante in questo fenomeno). Credo che, fondamentalmente, le attività coinvolte rientrino nell'illegalità anche in termini di struttura pseudo-imprenditoriale, che di fatto non lo è e che non è giuridicamente regolare.

PRESIDENTE. Ho un'osservazione e una domanda da farle. Nella relazione che lei ci ha fornito, ci sono un paio di passaggi dove sono citate le fonti (verso la parte finale). Voi dite di aver espresso forti perplessità sulla decisione del Governo del 23 agosto 2008 di sopprimere l'Alto Commissario; noi ci siamo adoperati subito dopo, in Commissione attività produttive, per far nascere una Commissione, interna al Parlamento, che di fatto sopperisce in modo parziale a quelle funzioni – nell'idea di essere anche un po' più operativi – dal momento che, da un lato, viviamo il doppio ruolo di legislatori oltre che di commissari della Commissione e, dall'altro, è stata soppressa, anche con un certo risparmio, una struttura condivisibile nelle finalità ma – come capita spesso – un po' all'italiana, con una superfetazione di cui avremmo probabilmente fatto a meno.

Mi ha poi stupito un altro aspetto, laddove, più avanti nel documento, rispetto alla nascita del CNAC, parlate della preoccupazione per il mancato confronto con il mondo delle imprese, esattamente in antitesi rispetto a quanto ci è stato detto nell'audizione precedente, laddove gli auditi ci hanno riferito di avere salutato con

entusiasmo la nascita del CNAC, con il quale hanno collaborato benissimo fin dall'inizio. Mi ha stupito, invece, che abbiate dimostrato soddisfazione in merito alla decisione della direzione per la lotta alla contraffazione di istituire un tavolo per le associazioni delle imprese. Lo capisco, ma la prima riunione di questo tavolo si è svolta il 9 giugno 2009: poi ve ne sono state altre? Non mi sembra vi sia menzione di altre riunioni.

ANTONIO FRANCESCHINI, responsabile nazionale Unione CNA Federmoda. Sul tema avevamo ritenuto che ci fosse stata un'informazione, ma possiamo aggiornare i dati. Nei confronti dell'Alto Commissario, avevamo espresso apprezzamento per il lavoro che era stato svolto e che veniva portato avanti. La preoccupazione che nacque quando fu decisa la sua soppressione e l'istituzione del Consiglio nazionale anticontraffazione, riguardava il fatto che, in origine, non era previsto un momento di confronto con le associazioni, tant'è vero che noi sollecitammo, anche attraverso una richiesta di azioni legislative ed emendamenti, un intervento in tal senso, che però non è stato comunque colto dal punto di vista legislativo e istituzionale, nel senso che il Consiglio nazionale anticontraffazione, a tutti gli effetti, è composto unicamente da rappresentanti ministeriali. A quel punto, attraverso una serie di incontri, che comunque sono stati sviluppati di concerto con il Ministero, sono state attivate delle strutture di confronto, in particolare il tavolo permanente delle forze produttive dei lavoratori e dei consumatori, del quale facciamo parte; l'attività che è stata svolta ha costituito un esercizio interessante, che quindi abbiamo salutato con favore e con interesse.

Dal giugno 2009, c'è stata un'attività di relazione e di confronto interessante, tant'è che poi, all'interno del Consiglio, furono costituite anche delle Commissioni tematiche; era inoltre in programma un'importante iniziativa, che era stata denominata « Stati generali della lotta alla contraffazione » e che doveva essere realizzata indicativamente nell'ottobre del

2011; poi, viste le vicissitudini del Governo, tale iniziativa è stata rimandata e, alla fine, annullata e non più realizzata: un peccato.

Comunque, alle ultime pagine del documento trovate proprio il lavoro svolto da tutti i partecipanti al tavolo tematico; una scelta interessante del Consiglio nazionale è stata quella di costituire una decina di tavoli tematici legati ai diversi settori (tessile e abbigliamento piuttosto che audiovisivi, alimentare e quant'altro) per fare degli approfondimenti. Ritenevamo che, al di là di ciò che un'iniziativa pubblica a sé stante poteva portare, poteva comunque essere utile. Ho ricevuto la comunicazione che il presidente del Consiglio nazionale anticontraffazione, l'avvocato Mainini, ha chiesto un incontro al nuovo ministro Passera (visto che il Consiglio nazionale anticontraffazione è all'interno del Ministero dello sviluppo economico) per illustrare il lavoro fatto e chiedere se vi fosse l'intenzione di andare avanti. Presumo che in questi mesi il nuovo Governo abbia pensato di concentrarsi su altre cose, tant'è che non abbiamo più avuto nessuna indicazione, né comunicazione dal Consiglio nazionale anticontraffazione.

PRESIDENTE. Rivolgo un'ultima domanda. Anche voi — è una cosa abbastanza diffusa e che ritorna spesso — citate il tema della priorità della lotta alla contraffazione *on line* e di *internet*. Leggo testualmente: « Contestare incisivamente la rapida e incontrollata espansione del commercio elettronico di merce contraffatta tramite vari canali tematici digitali, ridurre la forte visibilità dei siti *internet* (...), vedere riconosciuta la corresponsabilità degli intermediari e fornitori di servizi *web* che contribuiscono, facilitano, ovvero sono a conoscenza dell'attività illecita posta in essere qualora la loro attività non sia meramente tecnica, automatica e passiva ».

Questo mi sembra anche un passo in più. Tuttavia, si dice di più rispetto al ragionamento al quale siamo arrivati: « Prevedere delle inibitorie efficaci che possano essere emanate anche nei confronti di tali gestori per far cessare l'ille-

cito e prevenire ulteriori violazioni ». Lei cosa ne pensa? Effettivamente, è abbastanza chiaro ciò che è scritto qui: voi ritenete che questa sia una priorità? Avete delle idee sulle dimensioni del fenomeno?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Quotidianamente o quasi, arrivano segnalazioni, in particolare per l'acquisto di orologi con l'indicazione che si tratta di copie.

PRESIDENTE. Voi avete qualche numero di questo fenomeno? Ritenete che sia utile approfondire? Non è necessario che mi risponda oggi, però le chiedo di fornirci qualche vostra stima — o che avete comunque mutuato da qualche altro soggetto che si è occupato di studiare il fenomeno — per capire di che numeri stiamo parlando. Il tema, come ci hanno detto i colleghi che vi hanno preceduto, è una priorità: secondo voi, è un problema secondario? Come lo vivete?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Ritengo che sia uno dei fattori fondamentali (soprattutto, penso al tema dei giovani). Sento spesso ricorrere questo argomento con particolare riferimento all'acquisto, quindi, magari, possiamo, anche di concerto con altri colleghi, raccogliere dei dati che vi faremo pervenire.

PRESIDENTE. Sarebbe sicuramente utile avere qualche dato in più su quella che ritenete essere l'incidenza di questo tipo di mercato sul mercato italiano. Noi abbiamo dei dati generali, mondiali; il volume di affari in Italia dovrebbe essere di circa 7-8 miliardi di euro; quando siamo andati in visita presso l'Unione europea — la collega Destro lo ricorderà — ci hanno parlato di un volume di affari mondiale delle vendite *on line* di merci contraffatte o piratate di 250 miliardi di dollari più o meno. Ci siamo quindi posti il problema, un problema che è difficile da quantificare su scala nazionale, però, se fossimo in grado di avere qualche stima

sul versante del vostro segmento, ciò sarebbe utile. Lei ci ha prima anticipato che, più o meno, il 50 per cento dei 7 miliardi della contraffazione in Italia — chiamiamola tradizionale — riguarda il vostro settore. Le chiediamo di farci avere qualche numero, qualche dato che fotografi meglio la situazione, anche di ciò che accade *on line*, perché ovviamente quanto accade *on line* è scomputato da quel numero, posto che i 7 miliardi di cui parliamo sono al netto del commercio elettronico: sarebbe importante avere un inquadramento più preciso.

LUDOVICO VICO. Vorrei porre un'altra domanda alla sua associazione, che è molto importante e che ha una visione particolarmente orizzontale, una cosa non secondaria. Le sottoporro una domanda alla quale — se crede — si può riservare di rispondere successivamente.

Noi cominciamo ad essere preoccupati: c'è un mercato parallelo illegale. Ipotizziamo che l'intuizione sia giusta e sia validata. Se fosse così, avremmo due ordini di situazioni: una riguardante il rapporto che intercorre fra chi produce e la rete di distribuzione interna all'*export* e soprattutto all'*import* (ovviamente, stiamo lavorando su un'ipotesi, il cui riscontro, se dopo viene, è meglio); un'altra, se questa ipotesi fosse validata, per la quale, evidentemente, il cittadino tedesco non avrebbe a che fare con il *vu' cumprà*, bensì acquisterebbe direttamente dal mercato legale, in maniera civile o in maniera che egli presume corretta, il contraffatto. Dal punto di vista del danno alla salute e all'economia, può essere questo lo scenario che si va aprendo (mi riferisco all'esempio extranazionale)?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Senza poter dare dei numeri, sicuramente, quello descritto è uno scenario che va in una direzione che è purtroppo presente. Anche sulle cronache locali sono stati messi in evidenza negozi di un certo rilievo sul nostro territorio, *boutiques* che nelle nostre città o paesi sono apprezzate

dal consumatore. Non faccio riferimento né alla marca, né ad una città in particolare, ma si è notato questo fenomeno. Una cliente, dopo aver acquistato una borsa di prestigio, ha avuto un problema alla cerniera e si è rivolta al negozio del centro storico che è regolarmente licenziatario di questa marca per chiedere di intervenire sul difetto; poiché da parte del negoziante non vi è stata alcuna disponibilità, visto che si trattava di un prodotto dal prezzo non irrilevante, la cliente ha chiamato direttamente la casa madre, che le ha cortesemente chiesto di inviare la borsa per la riparazione: quando però la borsa è arrivata, l'hanno richiamata per segnalare che non si trattava di una borsa uscita dalle loro fabbriche! C'è sicuramente anche un fenomeno regolare per il quale alcuni negozi tendono ad approvvigionarsi, magari per una parte, di prodotti.....

GIUSTINA MISTRELLO DESTRO. Ma non era un negozio monomarca?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. No, era uno di quei negozi multimarca, che comunque hanno delle *griffes*. Questa attività del mercato parallelo ha sicuramente la sua incidenza.

LUDOVICO VICO. E per quanto riguarda i rapporti con la rete distributiva? Voi siete un'associazione che rappresenta chi produce; l'importatore, che a sua volta è distributore, è totalmente estraneo a ciò che fanno le imprese associate alla sua associazione. Sono quindi altre due cose che camminano in maniera diversa o, se si incontrano, ciò avviene per ragioni diverse. Le associazioni che producono hanno una buona relazione con la rete distributiva? Ad esempio, nel tavolo di cui ci ha parlato, la rete distributiva è presente? Secondo lei, chi dovrebbe esserci, lo spedizioniere o l'importatore?

ANTONIO FRANCESCHINI, *responsabile nazionale Unione CNA Federmoda*. Assolutamente, ci sono. Ad esempio, sono

rappresentati i colleghi di Confcommercio e di Confesercenti. Si è costituita anche Rete imprese Italia, quindi, c'è un momento di confronto ampio: anche loro sono in prima linea per cercare di contrastare il fenomeno.

C'è sicuramente un tema suscettibile di approfondimento, di relazione con il mondo degli importatori; è chiaro che, in questo caso, con l'importatore in Italia, abbiamo meno relazioni, perché tutte le nostre imprese sono più vocate all'estero, quindi si parla di importatori di altri paesi, però il tema di una maggiore attenzione alle dogane e agli spedizionieri è sicuramente un approfondimento che ritengo potrebbe essere fatto.

PRESIDENTE. La ringraziamo e la invitiamo, se fosse possibile, a fornirci qualche elemento ulteriore, qualora sarà in grado di recuperarlo, anche nei prossimi giorni.

Grazie per la disponibilità. Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 16.

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

DOTT. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa
il 13 aprile 2012.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

