

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

45.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 11 APRILE 2012

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **GIOVANNI FAVA**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Rocchi Benedetto, ricercatore e docente di economia agraria presso l'Università di Firenze	
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3	6
Comunicazioni del presidente:		Audizione del dottor Massimo Forino, direttore di Assolatte:	
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3	Fava Giovanni, <i>presidente</i>	8, 9, 11, 12, 13 14, 15, 16, 17
Audizione del dottor Toni Brandi, presidente di Laogai Research Foundation Italia Onlus:		Cimadoro Gabriele (IdV)	11, 12, 16
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3, 5, 6, 7, 8	Forino Massimo, <i>direttore di Assolatte</i>	8, 11 12, 13, 14, 15, 16
Brandi Toni, <i>presidente di Laogai Research Foundation Italia Onlus</i>	4, 7	Rainieri Fabio (LNP)	13, 14, 15, 16
Cimadoro Gabriele (IdV)	8	Audizione dell'ingegner Massimo Rigucci e dell'ingegner Paolo Cicchi, titolari del brevetto Griffsecurity:	
Poleggi Francesca Romana, <i>membro del comitato esecutivo di Laogai Research Foundation Italia Onlus</i>	5, 6	Fava Giovanni, <i>presidente</i>	17, 18, 19, 20
Rainieri Fabio (LNP)	7	Cicchi Paolo, <i>titolare del brevetto Griffsecurity</i>	18, 19
		Cimadoro Gabriele (IdV)	19, 20

	PAG.		PAG.
Rigucci Massimo, titolare del brevetto <i>Griffsecurity</i>	17, 18, 19, 20	piattaforma tracciabilità presso il CNR e del dottor Ettore Bonalberti, presidente dell'associazione internazionale cultura ambientale e lavoro solidale – AIKAL:	
Sanga Giovanni (PD)	19	Fava Giovanni, presidente	25, 28, 29, 31
Audizione del dottor Stefano Alessandri, presidente di Youtrue Srl:		Bonalberti Ettore, presidente dell'Associazione internazionale cultura ambientale e lavoro solidale – AIKAL	28
Fava Giovanni, presidente	21, 22, 24, 25	Cimadoro Gabriele (IdV)	27, 28, 30
Alessandri Stefano, presidente di <i>Youtrue Srl</i>	21, 22, 23, 24, 25	Minafra Attilio, socio AIKAL, project leader e proprietario del sistema « Sigillo informatico »	29, 30
Ali Alex, Socio di <i>Youtrue Srl</i>	22, 23, 24, 25	Ravagnan Giampietro, presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR	26, 27, 28, 31
Cimadoro Gabriele (IdV)	23		
Audizione del professor Giampietro Ravagnan, presidente della Commissione tecnica			

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIOVANNI FAVA

La seduta comincia alle 12.

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

Sulla pubblicità dei lavori.

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

Comunicazioni del presidente.

PRESIDENTE. Comunico che, in data 5 aprile 2012, il Presidente della Camera ha chiamato a far parte della Commissione i deputati Enzo Raisi e Catia Polidori, in sostituzione, rispettivamente, dei deputati Carmelo Lo Monte e Arturo Iannaccone, i quali hanno rassegnato le proprie dimissioni da componenti della Commissione. Rivolgo, anche a nome della Commissione, ai colleghi Raisi e Polidori un saluto e gli auguri di buon lavoro, mentre agli onorevoli Iannaccone e Lo Monte va il ringraziamento per l'attività svolta.

Audizione del dottor Toni Brandi, presidente di Laogai Research Foundation Italia Onlus.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Toni Brandi, presidente e fondatore dell'associazione Laogai research foundation Italia onlus, accom-

pagnato dal professor Benedetto Rocchi, ricercatore e docente di economia agraria presso l'università di Firenze e dalla professoressa Francesca Romana Poleggi, membro del comitato esecutivo dell'associazione.

Avverto il nostro ospite che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico e che, se lo riterrà opportuno, i lavori della Commissione potranno proseguire in seduta segreta, comunque invitandolo a rinviare eventuali interventi di natura riservata alla parte finale dell'audizione.

L'audizione odierna è stata richiesta dai colleghi Cimadoro e Rainieri ed è finalizzata ad approfondire ulteriormente il tema della contraffazione nel settore agroalimentare, acquisendo le informazioni in possesso dell'associazione Laogai, che ha redatto, tra l'altro, un rapporto sull'agroalimentare di provenienza cinese, analizzando nello specifico le conseguenze del fenomeno sull'agricoltura italiana.

Vorrei comunicare ai nostri ospiti – immagino lo sappiate già – che noi abbiamo, di fatto, concluso l'approfondimento riguardante il tema della contraffazione nel settore agroalimentare con una relazione, che è stata approvata all'unanimità dalla Commissione, i cui contenuti principali sono anche stati oggetto di una risoluzione approvata dall'Assemblea. Ciononostante, poiché alla fine dell'attività svolta, prima della fine della legislatura, sarà compito della Commissione redigere una relazione finale complessiva, riteniamo l'odierna audizione con voi molto utile, proprio perché ci metterà nelle condizioni di implementare la relazione esistente con i dati che ci vorrete fornire (ovviamente, qualora i relatori e i commissari li ritengano di interesse).

Avverto che i tempi odierni a nostra disposizione sono abbastanza ridotti perché vi sono una serie di audizioni consecutive. Ai fini dei nostri lavori, comunico che dopo una breve relazione illustrativa della situazione da parte del nostro ospite, interverranno i colleghi per eventuali domande. Dovremmo concludere entro le 12.30. Do ora la parola al dottor Toni Brandi, presidente di Laogai research foundation Italia onlus.

TONI BRANDI, *presidente di Laogai research foundation Italia onlus*. Buongiorno e innanzitutto grazie per averci invitato. Abbiamo portato delle stampe — che sono in distribuzione — della nostra presentazione in *powerpoint*. Nei prossimi 350 secondi mi permetterò di introdurre il problema dei *laogai*; poi interverranno la professoressa Poleggi e il professor Rocchi.

Oggi, nel 2012, vi sono più di 1000 campi di concentramento in Cina, come tutti ormai riconoscono, compresi il console cinese a Firenze, le Nazioni Unite e il Parlamento europeo. Sul nostro sito — www.laogai.it — è possibile consultare la banca dati dei campi di concentramento in Cina che noi abbiamo individuato, posto che sia il loro numero esatto, sia il numero dei detenuti in essi presenti sono, ambedue, segreto di Stato, così com'è un segreto di Stato il numero delle persone che ammazzano ogni anno. Sotto questa legge del segreto di Stato si possono quindi nascondere tante cose. Questi campi sono spesso sia prigioni, sia imprese commerciali. Mi spiego? Lo stesso campo è sia un'impresa commerciale che esporta prodotti, sia una prigione. Ad esempio, il premio Nobel per la pace del 2010, Liu Xiaobo, si trova in una prigione che si chiama Jinzhou Prison, da dove vengono esportati prodotti elettrici in America e in Europa.

Vi sono almeno 1000 di questi *laogai*. Noi calcoliamo che al loro interno vi siano dai 3 ai 5 milioni di detenuti, anche se le cifre esatte non si conoscono per via della legge sul segreto di Stato. Dentro i *laogai* si produce di tutto. Noi abbiamo realizzato numerosi rapporti che provano come nella

banca dati internazionale prodotta da Dun & Bradstreet — una banca dati di imprese importatrici ed esportatrici nel mondo — vi siano centinaia di imprese commerciali che, in realtà, sono delle prigioni.

Oggi, nel terzo millennio, noi permettiamo quindi la produzione e l'esportazione dei prodotti del lavoro forzato e del lavoro minorile. Nei campi *laogai*, a partire dalla loro creazione, nel 1950 da parte di Mao Zedong, vi sono stati dai 40 ai 50 milioni di detenuti. Forse, dovrei spiegare brevemente che la parola *laogai* è un acronimo per *laodong gaizao dui*, che significa « riforma attraverso il lavoro »: oggi in questi campi, oggi in questi campi, oggi, in questi campi — non sono un disco rotto ma bisogna ricordare che — oggi in questi campi, vi sono milioni di persone che lavorano fino a sedici o diciotto ore al giorno e che producono a vantaggio di chi? Dei disoccupati europei e del popolo cinese sfruttato? O, forse, solamente a vantaggio del Partito comunista cinese e delle numerose multinazionali che producono e investono in Cina?

Ovviamente, la risposta giusta è la seconda, perché ci sono 800 milioni di cinesi sfruttati a scopo di profitto. Perché parlo di 800 milioni di cinesi quando prima ho riferito una cifra tra i 3 e i 5 milioni? Semplicemente perché — come il bravo Rampini denunciò 4 o 5 anni fa — in Cina vi sono decine di migliaia di imprese-lager come, ad esempio, la Foxconn (un'informazione che uscì stranamente anche sui nostri giornali), dove vige un trattamento tipo quello del *laogai* e si guadagna una paga da fame, per cui vi sono numerosi suicidi.

Vorrei concludere dicendo solamente che tutto ciò crea due problemi, uno di tipo morale, perché nel terzo millennio, alla faccia — scusate l'espressione romana — di tutte le regole, le leggi e le promesse di pace, democrazia, libertà e altre cose, il commercio globale è spesso basato sul lavoro forzato, senza principi e senza scrupoli; oltre al problema morale, però, esiste anche il problema economico, perché sappiamo bene che tutto ciò che è immorale e che la nostra coscienza rico-

nosce essere tale, prima o poi, ci danneggerà in termini pratici ed economici. Infatti, l'importazione di prodotti dal lavoro forzato crea disoccupazione e bancarotta d'impresa. Prego ora la professoressa Poleggi di proseguire. Grazie.

PRESIDENTE. Do la parola alla professoressa Poleggi.

FRANCESCA ROMANA POLEGGI, *membro del comitato esecutivo di Laogai research foundation Italia onlus*. Interverrò molto rapidamente. Non sta a me dire quanto le merci che arrivano dalla Cina possano essere di qualità, anche di altissima qualità. Per esempio, molti dei prodotti di Gucci vengono dalla Cina (tale azienda, peraltro, è stata denunciata). C'è stato pochi giorni fa sui giornali lo scandalo riguardante la Apple, inerente allo sfruttamento dei lavoratori in Cina. Gucci, tra l'altro, è stata denunciata dalle associazioni internazionali sindacali perché impone orari di lavoro di dodici ore al giorno — fuori dai *laogai* — con paghe ridicole e la necessità di permessi scritti anche per poter bere un bicchier d'acqua. Quindi, le condizioni dei lavoratori in Cina sono tragiche: grazie a ciò le merci cinesi sono competitive! Purtroppo, sapete meglio di noi che le merci cinesi, oltre ad essere spesso di qualità, altrettanto spesso sono di pessima qualità. Soprattutto, i cinesi sono tra i principali e tra i più bravi contraffattori in tutti i campi. Perché siamo venuti a parlare in questa sede, grazie al vostro invito? Perché in altri paesi ci sono delle leggi che vietano le importazioni delle merci prodotte dal lavoro forzato, per esempio, ciò è successo in America o in Canada. Abbiamo realizzato dei rapporti, fatti grazie alle indagini dei dissidenti che sono in contatto con la Laogai research foundation di Washington, inerenti i prodotti dal lavoro forzato. Una volta riusciti ad individuare tali prodotti, in America e in Canada, questi sono stati sequestrati e tolti dal mercato: in Italia, questo ancora manca.

L'onorevole Cimadoro è uno dei primi firmatari della proposta di legge presen-

tata alla Camera dei deputati, con la quale si punta proprio a limitare, a vietare il commercio e l'importazione dei prodotti dal lavoro forzato. Questo sarebbe un modo per fronteggiare il problema della contraffazione, perché queste merci contraffatte sono spesso prodotte dal lavoro forzato, fuori e dentro i *laogai* cinesi. Oltretutto, tali prodotti — cinesi e non solo — sono spesso terribilmente pericolosi per la salute. Apro solo una piccolissima parentesi su giocattoli e libri per bambini stampati con inchiostro velenoso (solo per citare ciò che forse tocca più da vicino una mamma con tre figli). Non so se abbiate dei figli di un'età tale da ricordare lo *Skifidol*, una pappetta verde con cui giocavano i ragazzini, che veniva venduta come se fosse plastica ma che si è scoperto essere addirittura composta da animali marini mezzi putrefatti e pertanto è stata tolta dalla circolazione. Le merci cinesi sono comunque, spesso, sporche di sangue: possono essere di buona qualità, possono essere contraffatte.

La lotta alla contraffazione è difficile. I vostri dati dicono che la Guardia di finanza riesce a fermare al confine l'11 per cento delle merci contraffatte in entrata, mentre per l'89 per cento che si sequestrano, ciò avviene quando queste già sono circolanti nel paese. Quindi, si tratta di una lotta difficile, forse impari, che però si può favorire attraverso i controlli, subordinando al rispetto delle regole gli affari con i paesi — non solo la Cina — che praticano il *dumping* sociale. Penso che questo porti del bene a tutta la nostra economia.

In particolare, per quanto riguarda i prodotti agroalimentari, un altro nostro rapporto ci ha dato l'allarme sui pomodori. In un campo di concentramento dello Xiang, tramite dei nomi di imprese cinesi i cui nomi sono impronunciabili, delle guardie carcerarie hanno fatto dei collegamenti tra i pomodori prodotti in questi *laogai* e una grossa ditta di importazione in Italia. Non possiamo fare il nome della ditta perché c'è solo la parola

di questa guardia, che non ha assolutamente rilasciato le sue generalità, quindi non vogliamo.....

PRESIDENTE. Scusi se la interrompo. La nostra è una Commissione d'inchiesta, quindi, se lo ritiene, lei può beneficiare della possibilità di secretare il resto della sua illustrazione.

FRANCESCA ROMANA POLEGGI, *membro del comitato esecutivo di Laogai research foundation Italia onlus*. La ringrazio. Chiedo che il prosieguo del mio intervento sia secretato.

PRESIDENTE. Dispongo la disattivazione dell'impianto audio video.

(La Commissione procede in seduta segreta).

PRESIDENTE. Dispongo la riattivazione dell'impianto audiovisivo. Do la parola al dottor Rocchi.

BENEDETTO ROCCHI, *ricercatore e docente di economia agraria presso l'Università di Firenze*. Visti i tempi ristretti, mi concentrerò sulle *slides* che ho preparato, che offrono alcuni dati. Come economista agrario, mi sono occupato di vedere quali fossero le informazioni esistenti sulle importazioni di pomodoro. Anzitutto, tali importazioni vengono soprattutto dalla Cina, in forma di semilavorati che poi vengono riprocessati in Italia e quindi entrano a far parte di altri prodotti. Ci sono inoltre alcuni dati che fanno vedere come le importazioni di pomodoro concentrato dalla Cina, dal 2002 al 2011, hanno oscillato intorno alle 100.000 tonnellate all'anno. Per gran parte, si tratta di grandi fusti di prodotto di concentrato triplo, che praticamente non può essere commercializzato come tale e quindi entra nella filiera. Nella *slide* successiva si vede come, mentre la produzione nazionale di concentrato sta diminuendo negli anni, lentamente, le importazioni crescono,

quindi, tale concentrato diventa un ingrediente sempre più importante della filiera del pomodoro.

Per l'anno 2008, ho ricostruito alcuni dati sulla base sia di statistiche ISTAT, sia di un rapporto realizzato da una delle associazioni dei produttori, fornendo un piccolo bilancio di approvvigionamento del concentrato di pomodoro in Italia. La cosa interessante è il fatto che, alla fine, se consideriamo tutta la disponibilità (le produzioni di pomodoro italiano dell'anno e le importazioni, sia dalla Cina, sia dal resto del mondo), arriviamo ad un totale di 456.000 tonnellate. Se a queste togliamo le esportazioni di concentrato e i suoi consumi finali interni di concentrato, che si possono in qualche modo documentare — qui i consumi finali interni sono sotto-stimati perché i dati considerano solo la grande distribuzione, che pure rappresenta la gran parte dei consumi finali —, alla fine, abbiamo 89.000 tonnellate di consumi interni apparenti di concentrato di pomodoro, che era disponibile e che da qualche parte deve essere andato a finire. Ovviamente, esso entra nella filiera alimentare, diventato un altro prodotto a base di pomodoro, trasformato in qualche modo, oppure resta concentrato. Una parte sarà poi stato riesportato come concentrato, ma una parte rimarrà. Perché questo dato è interessante? Il pomodoro è un prodotto tipico del *made in Italy* agroalimentare. I prodotti di qualità agroalimentari si basano sulla fiducia del consumatore nel fatto che la provenienza da un posto sia un segnale di qualità. I consumatori non consumano solo qualità organolettica, ma anche l'idea del posto, del luogo, della provenienza, della sicurezza e della tradizione. Il fatto che entri nella filiera agroalimentare di un prodotto tipico italiano un'importante materia prima di cui non si sa bene la provenienza, perché non la si può tracciare, essendovi la possibilità non solo che venga dalla Cina (quindi, che sia un prodotto potenzialmente di scarsa qualità, come certi controlli alle dogane hanno dimostrato e come avete documentato anche voi), ma che addirittura possa essere —

basta il dubbio per il consumatore – un pomodoro prodotto in aziende che in realtà sono campi di lavoro forzato, è potenzialmente una minaccia per la credibilità di tutta la filiera.

Una notizia del 5 aprile scorso parla di una sentenza di condanna – pronunciata dal giudice Catania, in un tribunale campano – per il reato di vendita di prodotti industriali con segni mendaci, infliggendo la pena di quattro mesi di reclusione e 6.000 euro di multa – con la concessione della condizionale – a carico di un'importante industria conserviera (di cui non ho il nome e che quindi non posso citare) che, nell'ottobre 2010, aveva trasformato e commercializzato triplo concentrato di pomodoro importato dalla Cina etichettandolo con il *made in Italy*. Ci sono, quindi, le prime sentenze. Può essere questo un piccolo caso, però, gli esperti del settore agroalimentare sanno che quando si comincia con questi casi, poi si aggrava il rischio che la fiducia nella filiera venga colpita.

Concludo dicendo che questo non è solo un fatto economico. Sicuramente, il commercio internazionale serve allo sviluppo economico, ma non questo tipo di commercio internazionale, cioè quello dei prodotti dal lavoro forzato: quello non serve mai. Liberalizzare gli scambi, cercare di migliorare la collaborazione economica va benissimo, ma a patto che le regole sul lavoro vengano rispettate. Il fatto è che, in un sistema come quello cinese così poco trasparente anche nei controlli, dove di fatto è impossibile, anche per l'impresa che volesse essere *partner*, controllare fino in fondo quello che succede là, è molto difficile garantire che le importazioni arrivino su un piano di competizione ragionevole. Chiaramente, il lavoro in Cina costa meno, ma non può costare zero: non può essere lavoro servile o asservito o, addirittura, in certi casi, lavoro forzato. Per questo è per noi così importante, al di là del fatto economico, promuovere tutte le iniziative possibili per contrastare questa cosa.

Sicuramente, la proposta di legge che è stata avanzata è importante, proprio per-

ché introduce un elemento di fiducia, laddove dice che le imprese devono dichiarare che i loro prodotti sono fatti con materie prime che non sono mai state prodotte dal lavoro forzato. Le imprese dichiarano ciò – si limitano alla dichiarazione – divenendo questa un elemento tipico di fiducia. A questo punto, sta alla società civile e alle autorità pubbliche controllare se ciò è vero, per far pagare chi invece gioca sulla pelle dei lavoratori, non solo dove questo accade ma anche qui da noi, i quali subiscono una concorrenza sleale di cui si vedono le conseguenze.

PRESIDENTE. Passiamo agli interventi da parte dei colleghi.

FABIO RAINIERI. Abbiamo parlato dei *laogai* soprattutto rispetto al settore agroalimentare. Si è accennato, soltanto in un passaggio, alla questione degli apparati elettronici. Ci sono *laogai* che utilizzano i lavoratori non solo per l'agricoltura? Eventualmente, in quali settori?

TONI BRANDI, *presidente di Laogai research foundation Italia onlus.* I *laogai* producono di tutto: solo il 20,5 per cento di essi sono nel campo agroalimentare. Se desiderate consultare la banca dati che è sul nostro sito, troverete il nome della singola prigionia e, spesso, quello dell'impresa o viceversa, nonché i nomi dei prodotti che si realizzano – per quanto ne sappiamo – e il numero dei detenuti. Comunque, in questi *laogai* si produce di tutto, dai mobili, ai *computers* e via dicendo, per qualsiasi settore merceologico.

Colgo l'occasione per sottolineare l'importanza della proposta di legge C. 3887, presentata a dicembre del 2010 e ancora giacente presso la X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo). Se posso permettermi, signor presidente, visto che avete dimostrato una tale sensibilità – che ci tocca molto, perché noi siamo un gruppo di privati che si batte per questa causa, finanziandoci noi stessi – vi chiederemmo aiuto al fine di intervenire presso la X Commissione per riuscire ad organizzare un'audizione. Ne saremmo

molto felici, perché questa è una battaglia che riguarda tutte le nostre coscienze. Spero anche di avere risposto, tra l'altro, alla sua domanda, signor presidente.

PRESIDENTE. Io sono anche membro della X Commissione, così come il collega Sanga, quindi ritengo che non sarà impossibile chiedere un'audizione, compatibilmente con la calendarizzazione già scadenzata.

Penso che ci abbiate fornito un contributo decisamente interessante dal punto di vista investigativo, vista l'attività che svolgiamo. Vi chiederei, a questo punto, come ci avete già anticipato di voler fare, di fornirci tutta la documentazione che riterrete utile, oltre a quella che ci avete già consegnato e che vedo essere copiosa e abbondante. Tenete presente che tutto ciò che ci fornirete, anche per iscritto, verrà acquisito agli atti, ad integrazione di ciò che è stato dichiarato in Commissione, diventando quindi parte integrante dell'audizione svolta.

Penso di poter dire, anche a nome dei colleghi presenti che fanno parte della X Commissione — gli onorevoli Destro, Cimadoro e Sanga — che sarà nostra cura chiedere all'Ufficio di presidenza di voler eventualmente calendarizzare un'audizione della vostra associazione, direttamente presso la X Commissione, non appena ciò sarà possibile: giusto, onorevole Cimadoro?

GABRIELE CIMADORO. Volentieri, conoscendo i nostri interlocutori!

PRESIDENTE. Vi ringrazio, siamo stati puntualissimi. Penso che ci rivedremo in un'altra sede, in ogni caso sempre all'interno della struttura istituzionale che oggi vi ospita. Procederemo ora a svolgere ulteriori approfondimenti e probabilmente saremo tenuti a chiedervi qualche dettaglio in più. Infatti, le due questioni che ci avete posto ci impongono una serie di verifiche, sia sul tema dell'impresa citata, sia sul tema ultimo, più esplicito, riguardante la sentenza che c'è stata, perché se c'è un filone d'inchiesta, una Commissione

come la nostra — d'inchiesta — deve ovviamente potere avere accesso ai dati per cercare di capire e di comprendere le dinamiche in atto. Dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione del dottor Massimo Forino, direttore di Assolatte.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Massimo Forino, direttore di Assolatte. Faccio una premessa per i colleghi. Lo scorso 31 gennaio, Assolatte ha ritenuto utile scrivere una lettera alla presidenza di questa Commissione, sostanzialmente facendo alcune osservazioni rispetto alla nostra relazione sull'agroalimentare. Abbiamo ritenuto fosse utile convocarvi oggi per darvi la possibilità di illustrare le vostre osservazioni e anche perché queste possano poi diventare oggetto della relazione finale che presenteremo alla Camera, integrandola ed eventualmente implementandola con i dati che ci vorrete fornire oggi.

Avverto il nostro ospite che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico che sarà pubblicato *on-line* e che, se lo riterrà opportuno, i lavori della Commissione potranno proseguire in seduta segreta, comunque invitandolo a rinviare eventuali interventi di natura riservata alla parte finale dell'audizione. Do ora la parola al dottor Massimo Forino, direttore di Assolatte.

MASSIMO FORINO, direttore di Assolatte. Grazie a tutti voi, in primo luogo, per averci convocato. Noi abbiamo ricevuto e letto la relazione che avevate prodotto. Ne condividiamo i contenuti ma abbiamo ritenuto opportuno segnalare alcune imprecisioni numeriche. Evidentemente, i dati che vi sono stati forniti non risultavano aggiornati. Pertanto abbiamo provveduto a portarvi le cifre reali di ISTAT.

Abbiamo anche preparato un breve documento, che speriamo possa aiutarci a spiegare la nostra posizione. Sapete che l'industria lattiero-casearia è estremamente interessata al tema della contraffazione.

zione. Quando si parla di contraffazione, *italian sounding*, *false made in Italy* l'industria italiana è sicuramente la più danneggiata.

Siamo quindi molto contenti dei lavori di questa Commissione, di cui approviamo spirito, principi e anche obiettivi. Abbiamo però la sensazione, che soprattutto negli ultimi due o tre anni, si stia facendo una certa confusione, mescolando tra di loro fenomeni differenti, riguardanti l'alimentare italiano. Vi ringraziamo, pertanto, di averci dato l'opportunità di spiegarvi oggi qual è la nostra sensazione e qual è il nostro pensiero. Partendo dalla contraffazione, riteniamo che essa andrebbe in qualche modo distinta da altri fenomeni che possono riguardare l'alimentare. La contraffazione, come riportate nella vostra relazione, è un fenomeno abbastanza raro nel settore agroalimentare, a differenza di quanto accade in altri settori come la moda, o la pelletteria, dove invece la contraffazione vera e propria, quindi l'imitazione di marchi famosi, è un fenomeno molto diffuso.

Nel nostro settore, invece, la contraffazione è un fenomeno sostanzialmente malavitoso — voi lo dite in maniera molto corretta — molto più grave, spesso, di quello che può riguardare un prodotto non alimentare, perché contraffacendo alimenti, in sottoscala con marchi contraffatti, si mette a repentaglio la salute dei consumatori. Quindi, si tratta di un fenomeno che va contrastato con gli strumenti dei quali disponiamo.

Per fortuna, nell'agroalimentare l'Italia dispone di un sistema di controlli molto efficace, con i Nas, i Nac, la repressione frodi, le Asl, i veterinari, le procure. Abbiamo, insomma, un sistema di controlli molto efficace, uno dei più avanzati del mondo, come dimostra il fatto che l'Italia è la più solerte nel segnalare i problemi sanitari. Dunque, abbiamo un sistema molto efficace, che riteniamo possa addirittura migliorare in virtù della pianificazione che andrà fatta, sulla base della legge di semplificazione che sta per entrare in vigore. Speriamo infatti che questa legge, che prevede un coordinamento

di tutti gli organismi di controllo operanti nell'agroalimentare, possa — siamo assolutamente ottimisti in merito — ottimizzare il sistema dei controlli, ridurre gli sprechi, colpire chi va colpito e aiutare a lavorare meglio le imprese più serie.

Quando si parla di contraffazione, viene subito in mente il *made in Italy*. L'Italia è famosa nel mondo per quattro grandi prodotti. Il primo è l'Italia stessa, con il turismo; poi ci sono i tre grandi settori industriali: la moda, l'arredo e l'alimentare. Quest'ultimo è il secondo settore industriale del paese, ed è quindi un motore della sua economia.

Vorremmo, però, fare un chiarimento sul questo tema. Nel settore alimentare l'Italia non è autosufficiente per alcune materie prime (cereali, latte). Nel settore lattiero-caseario disponiamo di meno latte del nostro fabbisogno. Per questo ne importiamo circa 2 milioni di tonnellate ogni anno, che ci permettono di produrre quello che noi riteniamo essere *made in Italy*. Per noi, una mozzarella fatta con latte comprato dalla Germania o dall'Austria è assolutamente un prodotto *made in Italy*: è fatta in Italia, da imprese italiane e quindi ha tutto il diritto di fregiarsi del marchio *made in Italy*. Per questo siamo preoccupati, perché abbiamo la sensazione che si voglia assistere ad un inasprimento del concetto di *made in Italy*. Sostenere che *made in Italy* è solo quanto fatto in Italia con materie prime italiane, costringerebbe — imprese ed istituzioni — a cambiare indirizzo di politica strategica. Se è vero che l'Italia cresce — e crescerà — in virtù della sua capacità esportativa, allora deve favorire le imprese, mettendole in qualche modo nelle condizioni di entrare in possesso delle materie prime di cui hanno bisogno per produrre in Italia quello che noi riteniamo *made in Italy*.

PRESIDENTE. Mi scusi, dottor Forino, non vorrei interromperla ma intervengo perché questo è l'aspetto che più mi aveva colpito nella comunicazione che ci avete spedito, non tanto perché non ne fossi a

conoscenza, quanto perché penso che questo aspetto sia, invece, il cuore del dibattito.

Noi abbiamo avuto modo di valutare quanto lei sta dicendo nel corso di tutta la discussione che ha portato alla redazione del testo definitivo della relazione portata in Assemblea, consapevoli del fatto che questo è un dato di fatto. Ci siamo però interrogati — ritengo di poter interpretare l'opinione di tutti i colleghi, su questo — sul fatto che non sia del tutto illecito e illegittimo fregiarsi del marchio *made in Italy* se in Italia si svolge anche solo una delle operazioni che poi, alla fine, contribuiscono alla formazione del prodotto. È emerso, però, da più parti — la Commissione condivide questa impostazione e io in particolare — l'opinione che questa cosa debba essere chiara. Mi spiego meglio: nulla vieta che un prodotto sia *made in Italy*, ma l'origine e la provenienza della materia prima deve essere indicata in etichetta. Sul tema dell'etichettatura e della tracciabilità c'è dunque una linea abbastanza condivisa. Nessuno di noi ha mai detto che non si possa chiamare *made in Italy* la pasta prodotta con grano della Turchia — com'è in larga misura — o la mozzarella prodotta con il latte polacco piuttosto che estone o lettone, come sta capitando sempre più spesso nell'ultimo periodo. Ci preoccupiamo però del fatto che ciò avvenga nella piena consapevolezza del consumatore. Il consumatore può tranquillamente prendere un prodotto *made in Italy*, sapendo che è stato lavorato nelle migliori condizioni in uno stabilimento italiano, con tutte le carte in regola per farlo, tuttavia, secondo noi, secondo me — mi faccio carico di questa responsabilità quando le dico ciò — deve essere assolutamente chiaro al consumatore che la materia prima non è italiana, perché diversamente questa genericità crea confusione.

Autorevoli istituti di ricerca dimostrano che, nella gran parte dei casi, il consumatore non pensa affatto che il prodotto possa essere straniero quando viene lavorato in Italia e che questo possa poi diventare *made in Italy* una volta arrivato

sullo scaffale della grande distribuzione. Trovo che questo sia ingiusto, anzitutto perché non si differenzia la materia prima importata dalla nostra, che poi dal punto di vista delle caratteristiche qualitative e organolettiche può essere addirittura migliore, nessuno mettendo ciò in discussione. Infatti, non sto dicendo che un latte tedesco sia migliore o peggiore di un latte italiano: dico una cosa diversa, cioè che non è italiano, quindi, è un'altra cosa rispetto a quello prodotto e lavorato in Italia.

A suo tempo, siamo entrati in questo dibattito a piedi pari, anche nei confronti dell'Unione europea, proprio sui temi della tracciabilità, dell'etichettatura e, soprattutto, dell'indicazione geografica di origine (che vedo lei affronta nella fase successiva della relazione che ci ha consegnato). Su questo punto, penso di poter dire, anche a nome della Commissione, che dobbiamo fare chiarezza una volta per tutte: nessuno in questa Commissione ha mai detto che non sia lecito far ciò; semplicemente, diciamo che questo tipo di attività va meglio articolata, perché farlo è nell'interesse di tutti.

Da quando nei supermercati è stato imposto in altri settori — ad esempio in quello della carne — l'obbligo dell'indicazione della provenienza, non mi risulta che il consumo delle carni sia crollato, però è indubbio che un consumatore su dieci — o forse uno su cento — preferisce una carne prodotta in Italia, rispetto a quella prodotta in Romania, ciò avvenendo per una serie di ragioni o magari anche per via di suggestioni, che poi non hanno nulla a che vedere con la qualità effettiva del prodotto di cui parliamo. Tuttavia, in ogni caso, le informazioni identificano il prodotto e, identificandolo, determinano anche alcune oscillazioni nel suo valore e nel suo prezzo. È indubbio che — anche questo è dimostrato dalle rilevazioni statistiche — un prodotto *made in Italy* che possa fregiarsi anche di una materia prima che sia interamente tale, agli occhi del consumatore, potrebbe costare anche qualcosa di più. Naturalmente, stiamo parlando di un consumatore di nicchia,

perché nella gran parte dei casi la platea dei consumatori omologati e omogeneizzati nella grande distribuzione non fa grosse differenze, su questo non c'è dubbio. Quanto noi chiedevamo — forse ciò non è emerso in modo adeguato nell'ambito della relazione — non era tanto che fosse o meno ammessa tale indicazione — posto che è assolutamente legittimo ciò che fate — quanto piuttosto che fosse meglio indicata la provenienza della materia prima. Nulla vieta, ad esempio, che per un certo prodotto sia indicata la lavorazione in Italia ma specificando se con latte tedesco, piuttosto che estone. In realtà, non cambia nulla, perché poi, alla fine, se il prodotto è buono, è tale indipendentemente dalla provenienza della materia prima.

GABRIELE CIMADORO. Deciderà il consumatore!

PRESIDENTE. Esattamente: deciderà il consumatore. Secondo noi si tratta di una battaglia di trasparenza nell'interesse del consumatore. Quando lei, nella relazione che ci ha mandato, ci dice che è come se non sapessimo che la maggior parte della materia prima lavorata in Italia per realizzare prodotti *made in Italy* viene prodotta all'estero o arriva dall'estero, in realtà, le rispondo dicendo che eravamo tutti assolutamente consci di ciò, però, abbiamo fatto un ragionamento diverso. Volevo consegnarle questa riflessione.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. La ringrazio. Mi spiace che leggendo la nostra lettera abbiate pensato che noi credevamo che non sapeste. Forse, signor presidente, non abbiamo capito la distinzione che lei fa. Però, seguendo il suo ragionamento andrebbero fatti due discorsi separati: uno per il prodotto che circola nel nostro paese, un altro per quello che circola all'estero.

PRESIDENTE. È giusto. Io mi sono limitato a parlare del mercato interno.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Il problema del mercato interno che

lei evidenzia, — che voi avete evidenziato — è noto: lo stiamo apprendendo insieme a voi. Le relazioni delle società di ricerca parlano in maniera abbastanza chiara: la dichiarazione di origine e della provenienza delle materie prime è molto sentito (poi, se dichiarando l'origine facciamo credere che sia meglio o peggio di un altro prodotto, questo è un altro capitolo).

Crediamo, però, che la battaglia fatta dall'Italia per spingere sull'etichettatura d'origine degli ingredienti, in realtà, sia stata vinta a livello comunitario. La nostra preoccupazione come imprese — come industrie operanti in Italia — era quella di avere norme nazionali radicalmente diverse da quelle che regolano la produzione straniera. L'attività che è stata portata avanti dal Parlamento, con la legge 3 febbraio 2011, n. 4, approvata all'unanimità, ha dato una spinta ulteriore a livello europeo per giungere ad un regolamento — che è stato da poco pubblicato — che prevede esattamente quello che l'Italia voleva: quando sia fatto intendere al consumatore che un prodotto viene da una certa zona ma si utilizzano materie prime di diversa provenienza, allora bisogna informare il consumatore, ai fini di una corretta informazione. Questo dice la normativa europea, a differenza di quanto prescritto dalla norma italiana, che invece chiede di indicare sempre e comunque indicare l'origine delle materie prime utilizzate.

Un approccio che forse avrebbe penalizzato i consumatori che hanno meno capacità di spesa, non le nicchie, non quelli che scelgono e possono permettersi di comprare prodotti DOP, come il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano, la mozzarella, prodotti che hanno un costo al chilo spesso significativamente superiore a quello dei prodotti di importazione.

Bisognerebbe, quindi, in qualche modo, distinguere il prodotto destinato al mercato italiano, ed in particolare a quei consumatori italiani, più attenti alla provenienza degli ingredienti, dal prodotto destinato all'esportazione o comunque destinati al consumo di massa: noi crediamo che sarebbe un autogol dichiarare ad un

produttore tedesco che stiamo vendendo una mozzarella italiana fatta con il latte che viene dal suo paese.

Si rischia di stimolare a delocalizzare gli stabilimenti, anziché a tenere in Italia questa capacità di produrre valore aggiunto, che è nel DNA del nostro paese.

L'Italia importa 450.000 tonnellate di formaggi e ne esporta 280.000. Nonostante questo abbiamo un avanzo della bilancia commerciale di 225 milioni di euro. Nel 2000 avevamo un disavanzo di 250 milioni, oggi abbiamo un avanzo quasi equivalente.

PRESIDENTE. Questo è indubbio, però, mi permetta di dire che qualche distorsione sul versante della produzione dei formaggi, in termini di delocalizzazione, c'è stata comunque. È anche vero che in questo caso sconfiniamo nel tema dell'*italian sounding* e parliamo di una questione completamente diversa.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Il problema dell'*italian sounding*, è un po' diverso. La nostra principale preoccupazione è comunque quella di mantenere lavoro e stabilimenti in Italia, anche in virtù del fatto che il nostro paese è oggetto, come tanti altri paesi, di acquisizioni, cessioni, fusioni o quant'altro.

PRESIDENTE. Le faccio, però, un'ulteriore domanda. Tutto questo va bene per il lavorato: sul fresco? Posso capire le sue obiezioni — che in parte anche condivido — rispetto al prodotto lavorato, ma resta il problema del prodotto fresco. Mi spiega per quale motivo alcune migliaia di tonnellate di latte arrivano nella mia provincia — io vengo da Mantova, a lei poi indovinare di quale stabilimento parlo — da mezza Europa, e debba poi ritrovarmele impacchettate, senza alcun richiamo per quanto riguarda la provenienza o l'origine?

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Per il latte fresco c'è l'obbligo di indicazione, ma la norma non prevede ciò per il latte UHT. Non è facile capire quale sia lo stabilimento di Mantova di cui lei parla.

PRESIDENTE. Lo lascio immaginare a lei!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Tuttavia, la norma prevede che se io dico « latte italiano » devo dire il vero.

PRESIDENTE. Si metta, però, nei panni del famoso consumatore esigente, che sappiamo appartenere a una nicchia. Benché questo problema riguardi probabilmente una minoranza dei consumatori, essi hanno comunque il diritto di sapere da dove viene il prodotto che consumano. Se in questo paese esiste da molti anni un dibattito sulle sovrapproduzioni interne e simili (personalmente, a differenza di alcuni colleghi, non sono tra quelli che si sono appassionati particolarmente ai temi delle quote o altro, avendo affrontato la materia solo in modo marginale), lei ammetterà che poi risulta paradossale sentirci dire che abbiamo un *deficit* di produzione enorme. È vero che ciò avviene, probabilmente, anche in virtù di leggi fatte in momenti sbagliati, secondo valutazioni delle produzioni errate, che hanno comportato una serie di conseguenze che ancora ci trasciniamo dietro, però, lei capirà che, alla fine, al consumatore viene qualche dubbio sul fatto che questo meccanismo, così com'è impostato, regga.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Sul tema delle quote e del contingentamento produttivo, rappresento un'associazione che fin dal 1984, ha dichiarato ad ogni mentre e in ogni dove di essere contraria e che avrebbe voluto disporre di più latte italiano per far crescere gli stabilimenti. Dal 1984 al 2013: abbiamo aspettato trent'anni.

GABRIELE CIMADORO. Se questi sono i dati, è giusto allora che si faccia una riflessione più ampia sulla vicenda, laddove tutto quello che produciamo viene poi prodotto dal latte che siamo obbligati a importare perché non possiamo averne a sufficienza di nostro.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Onorevole, mi permetta, però, di

fornirle i numeri giusti: produciamo 11 milioni di tonnellate di latte, la metà del quale è utilizzato per fare prodotti a denominazione d'origine protetta (Dop), come Grana Padano o Parmigiano Reggiano, prodotti di altissima gamma, che sono consumati da una grande fetta di consumatori in Italia. Il Parmigiano, il Grana — per lei che viene da Mantova come per chi viene dalla zona del Parmigiano Reggiano — sono prodotti di consumo quotidiano. Noi ci permettiamo il lusso, anche in famiglie non ricche, di utilizzare nell'alimentazione quotidiana prodotti che nel resto del mondo sono di altissima gamma.

PRESIDENTE. Io, che vengo da una famiglia non ricca, ho sempre mangiato quello a tavola!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Da questo punto di vista siamo fortunati!

PRESIDENTE. Non c'è dubbio. Siamo anche cresciuti bene e in salute.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. La metà del latte italiano è quindi destinata a produrre questi prodotti di altissima gamma. Un altro 10/12 per cento circa è destinato a produrre latte fresco pastorizzato di alta qualità, sul quale c'è l'indicazione di origine del latte e che, nuovamente, è un prodotto di alta gamma. Siamo i soli in Europa ad avere un latte fresco di alta qualità, che arriva a costare fino ad 1,5 euro al litro, mentre all'estero, il latte costa meno di un euro. Stiamo parlando di una grandissima quantità di latte, per la quale deve essere già indicata l'origine.

Il fabbisogno degli stabilimenti industriali italiani è di circa 13 milioni di tonnellate, a fronte degli 11 milioni che produciamo. Non è quindi una situazione drammatica. Gli stabilimenti italiani, per lavorare a pieno regime, utilizzano circa 13 milioni di tonnellate: 11 sono di latte italiano e 2 sono di provenienza straniera (Francia, Germania e Austria sono i tre

paesi principali di importazione, poi c'è la Slovenia; si tratta insomma dei quattro paesi confinanti, che sono i nostri principali fornitori di latte per gli stabilimenti).

Oltre a questo latte, l'Italia importa 400.000 tonnellate di formaggi. Produciamo un 1 milione di tonnellate, ne importiamo 400.000 e ne esportiamo 280.000. Il *deficit* di produzione per il mercato interno è dato dai 2 milioni di tonnellate di latte, e da 120.000 tonnellate di formaggio, buona parte dei quali sono prodotti di basso prezzo: non tutti i consumatori possono permettersi mozzarelle da 8-10 euro al chilo e non tutti possono comprare il Parmigiano Reggiano. Tanti devono comprare formaggi più economici. Un *deficit*, quindi, non è così drammatico.

Certo è che il sistema produttivo è irrigidito dalle quote del 1984. Però c'è anche un problema strutturale. La nostra produzione è concentrata in quattro regioni (Piemonte, Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna), che producono l'80 per cento del latte italiano. Dalle altre regioni il latte si sta spostando verso il nord. Stiamo cioè assistendo ad una progressiva riduzione, con chiusura di aziende agricole e di stabilimenti di trasformazione in tutto il centro e il sud; mentre la produzione di latte si sta spingendo e concentrando sempre più al nord, dove ci sono gli stabilimenti di trasformazione più grandi. C'è poi un grande problema, quello dell'inquinamento, che va tenuto sotto controllo, come ad esempio il tema dei nitrati.

PRESIDENTE. Negli anni scorsi questa è stata anche una conseguenza del mercato delle quote?

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. È un problema di mercato delle quote, la cui fine è prevista nel 2015: questo è il nostro grosso punto di domanda, come scrivevamo anche nella relazione. Nel 2015 le quote dovrebbero finire: ma come reagirà il sistema produttivo italiano? La produzione di latte aumenterà o diminuirà? Alcuni dicono che diminuirà ulteriormente.

FABIO RAINIERI. Voi lo dite qui!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Lo dicono in molti.

FABIO RAINIERI. Secondo quali criteri ci sarà, secondo voi, una diminuzione della produzione di latte?

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Già alla fine degli anni '90 c'erano studi in cui si diceva che, così come c'era stato lo spostamento verso le quattro regioni del nord (che sono evidentemente più efficienti dal punto di vista produttivo e riescono a produrre latte a un costo più basso, perché si trovano nella zona irrigua e delle pianure, tradizionalmente vocata all'allevamento della vacca da latte, mentre a sud ci sono la capra, la bufala e la pecora) e così come in altri paesi la produzione di latte si è spostata verso le aree più efficienti (per esempio, in Germania, verso la Baviera), con la fine delle quote, che hanno garantito livelli di prezzo del latte alla stalla più alti rispetto al resto del mondo (in altri Continenti il latte costa 20/25 centesimi quando, a livello europeo, il prezzo è di circa 33 o 34) avremmo assistito ad una diminuzione della produzione di latte.

FABIO RAINIERI. Costa anche meno produrlo!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Proprio questa è la nostra preoccupazione: che il latte vada ad essere prodotto dove costa meno farlo. Non sappiamo cosa accadrà quando finirà il regime delle quote, che se ha limitato la crescita, ha comunque garantito il mantenimento della produzione di latte in Italia. Noi speriamo di poter disporre del latte di cui abbiamo bisogno il più vicino possibile a casa: produciamo prodotti freschi, quindi avere il latte a pochi chilometri dagli stabilimenti è assolutamente un vantaggio. Se viene fatto viaggiare, i costi aumentano, senza dimenticare che va importato liquido.

PRESIDENTE. Vorrei farle una domanda, di sicuro interesse per la nostra

Commissione, proprio su questo tema: che lei sappia, avete registrato dati su abusi, ad esempio, circa la qualità del latte d'importazione? Parlo del classico tema del latte in polvere o di altro tipo che poi può essere utilizzato in cicli produttivi dove, normalmente, non potrebbe esserlo. Lei saprà che questo era abbastanza consueto negli anni passati, mentre se ne sente parlare meno adesso.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Il problema fu risolto con la legge n. 138 del 1974, che ne vietò l'impiego (quello è un problema diverso ma molto grande, che concerne l'utilizzazione di latte concentrato da parte di altri paesi mentre l'Italia lo vieta). Sul mercato però troviamo prodotti liberamente fatti con questi ingredienti (non quelli ad uso zootecnico, perché si tratterebbe di una frode, che andrebbe punita). Comunque, si tratta di ingredienti ampiamente utilizzati a livello europeo.

PRESIDENTE. Lei ritiene che, anche in questo caso, non sia utile indicarlo in etichetta?

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Se si volesse prendere quella direzione, se ne potrebbe consentire l'impiego specificandone l'uso in etichetta.

PRESIDENTE. Tendenzialmente, sono sempre stato contrario ai divieti in quanto tali, perché abbiamo visto che i sistemi repressivi portano poco lontano. Ritengo invece corretto informare il consumatore in modo che esso abbia ben presente ciò che sta consumando. Una volta stabilito che quel prodotto non nuoce alla salute — ciò però deve essere ben chiaro, perché diversamente avremmo una giungla, con una concorrenza sleale tra chi produce in un modo e chi lo fa in un altro — nulla toglie che esso, se è riconoscibile, può stare sul mercato.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Saremmo d'accordo ad un'indicazione in etichetta della presenza di latte

concentrato, se il divieto venisse abrogato, ma oggi tale divieto esiste, quindi noi non possiamo utilizzare questo ingrediente.

PRESIDENTE. Il divieto riguarda solo l'uso zootecnico del latte concentrato; per il resto, esistono ancora delle produzioni, tant'è vero che qualche tempo fa c'è stato un *blitz* perché veniva usato per gli yogurt, fino a prova contraria.

FABIO RAINIERI. Sullo yogurt avevamo fatto un provvedimento!

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. Non si usa né latte concentrato né latte in polvere. Quando la Camera dei deputati ha discusso il recepimento della direttiva sul latte di conserva, quindi sul latte concentrato, si era valutata l'ipotesi, presso la XIII Commissione agricoltura di dire...

PRESIDENTE. Mi scusi, voi eravate favorevoli a questa possibilità?

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. Noi eravamo favorevoli a permettere l'uso di latte concentrato nella produzione di yogurt, anche se si fosse deciso di farlo indicare in etichetta, come diceva lei. Secondo noi il consumatore deve, cioè, essere informato sulle differenze dei prodotti per poter scegliere. Bisognerebbe comunque passare per un'abrogazione di norme attualmente vigenti. Qualche volta dimentichiamo che il latte concentrato e il latte in polvere sono ingredienti alimentari che entrano in Italia in volumi importanti e sono utilizzati con grande abbondanza per produrre gelati, merendine, creme e via dicendo. In molti settori, il latte in polvere e il latte concentrato sono ingredienti preziosi: è comunque latte senza un po' di acqua.

L'Italia ha fatto una scelta ed ha deciso di vietare la detenzione e l'uso del latte in polvere per paura di frodi legate al latte in polvere ad uso zootecnico. Al tempo, erano previsti contributi per destinare il

latte in polvere ad uso zootecnico, per mantenere il mercato del latte un po' più sostenuto.

FABIO RAINIERI. Farò due domande velocissime. Qual è, secondo i dati di Assolatte, l'utilizzo e la trasformazione del latte negli stabilimenti, per qualsiasi uso (fresco, formaggi teneri o duri)? In secondo luogo, avete notizie, visto che la nostra è una Commissione di inchiesta sulla contraffazione, di utilizzo di latte al di fuori dei comprensori dei prodotti tipici, siano essi italiani o provenienti dall'estero?

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. Quanto alla destinazione del latte, secondo i dati, abbiamo circa 1 milione di tonnellate di formaggi prodotti con circa 9 – degli 11 – milioni di tonnellate di latte, mentre oltre 1 milione di tonnellate è usato sostanzialmente come latte fresco e solo in piccola parte per latte UHT. Questa è la destinazione del latte in Italia, se era questa la domanda.

FABIO RAINIERI. Questi sono dati vostri o sono dati AGEA che avete avuto dal Ministero?

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. L'AGEA non ha dei dati di raccolta sull'impiego del latte.

FABIO RAINIERI. Chiedo, appunto, se abbiate avuto questi dati dall'AGEA o se siano dati riguardanti i vostri soci.

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. I dati sono quelli che l'AGEA ci fornisce annualmente sulle consegne, in funzione dei modelli L1.

FABIO RAINIERI. Non avete, quindi, una vostra banca dati che stabilisce a quanto ammonti la produzione?

MASSIMO FORINO, direttore di Asso-latte. Onorevole, quando nacque il sistema di quote, c'erano le due ipotesi e l'Italia decise di assegnare le quote agli agricol-

tori. Se, all'epoca, si fosse scelto, come in altri settori, di assegnare le quote alle aziende di trasformazione, il numero lo avrei avuto. Oggi, però, il latte è raccolto con i modelli L1 tramite il sistema del sistema informativo agricolo nazionale (SIAN).

FABIO RAINIERI. Le aziende di trasformazione sono vostri soci, quindi esse sanno quanto latte lavorano!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. In parte sono nostri soci. Contiamo 220 aziende associate su 2.000 caseifici operanti sul territorio nazionale.

FABIO RAINIERI. Sul lavorato quant'è?

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Sul fatturato è intorno al 90 per cento.

FABIO RAINIERI. E allora!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Però, sono dati sensibili e non credo che possiamo raccoglierci. Così come non possiamo occuparci di prezzi non credo possiamo chiedere alle singole aziende quanto latte lavorino. Non credo che questo sia un dato che noi, come associazione, siamo legittimati a raccogliere.

PRESIDENTE. Credo anch'io che come associazione non sarebbe probabilmente possibile.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Dovrei acquisirli in massima segretezza e non potrei diffonderli, se non accorpati.

PRESIDENTE. Se però lei avesse dei dati, la nostra è una Commissione d'inchiesta e ce li potrebbe fornire in forma segreta e noi saremmo tenuti a non divulgarli.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Posso fare una verifica interna per vedere se riusciamo a fare una piccola raccolta dati.

FABIO RAINIERI. Quanto al latte della zona tipica, vorrei sapere se avete notizie di un utilizzo di latte proveniente da fuori dei comprensori dei consorzi e dal sistema delle Dop.

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Lei intende latte non Dop che entra nel sistema Dop?

GABRIELE CIMADORO. Di sicuro!

MASSIMO FORINO, *direttore di Asso-latte*. Più che questo, in tutti i sequestri e le denunce che ci accade di vedere, ci capita di rilevare soprattutto problemi di etichettatura, in qualche caso di caseifici che vengono denunciati perché utilizzano marchi falsi. È successo in Veneto, per esempio, nella zona di Asiago, più di una volta. Non altrettanto posso dire per quanto riguarda latte Dop proveniente da zone non Dop. Ciò dipende da alcuni fatti strutturali. Il Parmigiano Reggiano, ad esempio raccoglie il 95-96 per cento del latte della zona; il Grana Padano, che è il formaggio Dop più importante per la quantità di latte utilizzata, dispone di un bacino di raccolta che, potenzialmente, permetterebbe di produrre il doppio delle forme attuali. Gli altri formaggi, come il Gorgonzola e il Taleggio, sono produzioni più piccole. Pertanto, avvisi di questo tipo non ne ho mai avuti, sinceramente. Non abbiamo mai avuto segnalazioni da parte di aziende. Ho visto, piuttosto, delle contestazioni per non conformità, per il mancato rispetto alla lettera del disciplinare di produzione e in questo senso ci sono stati dei sequestri. Ci sono stati anche dei problemi di etichettatura, laddove questa non era conforme e, quindi, gli organi di controllo sono intervenuti. Si tratta, però, per lo più di problemi di tipo amministrativo: nel caso che lei segnala, si tratterebbe di una vera e propria frode, punibile secondo l'articolo 515 del codice penale.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Forino per le notizie che ci ha dato. Lei potrà fornirci tutti i dati che vuole, quando lo riterrà utile, in qualsiasi momento. Dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione dell'ingegner Massimo Rigucci e dell'ingegner Paolo Cicchi, titolari del brevetto *Griffsecurity*.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dell'ingegner Massimo Rigucci e dell'ingegner Paolo Cicchi, titolari del brevetto *Griffsecurity*. Come avrete visto, oggi abbiamo invitato una serie di aziende italiane che, a vario titolo, hanno messo a punto sistemi di tracciabilità sulla questione dell'individuazione dei prodotti eventualmente contraffatti.

Avverto i nostri ospiti che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico che sarà pubblicato *on-line* e che, se lo riterranno opportuno, i lavori della Commissione potranno proseguire in seduta segreta, invitandoli comunque a rinviare eventuali interventi di natura riservata alla parte finale dell'audizione. Vi darei subito la parola in modo che voi possiate illustrare le modalità di funzionamento dei sistemi che avete studiato e brevettato. Do quindi la parola all'ingegnere Massimo Rigucci.

MASSIMO RIGUCCI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Buongiorno. Sono Massimo Rigucci e, insieme al mio collega, ingegnere Paolo Cicchi, abbiamo sviluppato il nostro progetto *Griffsecurity*, che si basa, con la finalità di prevenire la contraffazione, su principi analoghi ai procedimenti dei certificati ISO-9000.

Il nostro progetto è, di fatto, immateriale, non inquina il prodotto da preservare in termini di contraffazione e si basa sull'esistenza di un'*authority*, la quale rilascia i codici che poi vengono abbinati al prodotto. La verifica viene fatta dal cliente finale, che è che il certificatore, cioè l'attore della certificazione. Il tutto avviene senza alterare la filiera produttiva, sulla base del rilascio di codici da parte delle

authority, che possono essere delle società miste, pubbliche e private, le quali forniscono solo i codici e non conoscono, ovviamente, di che prodotto si tratti. La *griffe*, a sua volta, certifica l'autenticità, prendendosi la responsabilità di ciò e appone al prodotto questi codici generati con degli algoritmi. Il cliente finale, nel momento in cui acquista un prodotto certificato con il nostro brevetto *Griffsecurity*, acquista anche il codice relativo a quello che ha comprato. Questo codice è segreto. Il rapporto può essere, chiaramente, uno a uno.

Quindi, con i vari dispositivi, attraverso la rete o attraverso un *sms*, il cliente può, per esempio, stamparsi un certificato come quelli che abbiamo allegato alla nostra *brochure*, che sarà ottenibile in tempo reale. A quel punto, il cliente avrà la piena certezza di avere comperato un prodotto originale.

Questi sono, in estrema sintesi, i capisaldi del nostro progetto. Abbiamo voluto predisporre un progetto che non inquinasse il prodotto e che non interponesse alcun dispositivo tra il cliente verificatore e la *griffe*. Quando parliamo di *griffe* intendiamo qualsiasi tipo di prodotto — può essere anche un farmaco, un elettromedicale, una parte di ricambio per un aereo, un orologio di valore o qualsiasi altra cosa — in quanto, alla base della nostra piramide di valori, c'è il cliente che paga, che fa l'azione, digitando sulla tastiera del telefonino dei caratteri alfanumerici leggibili da chiunque.

PRESIDENTE. Io avevo ricevuto da voi una lettera, a novembre, con la quale mi segnalavate questa vostra attività. Le vorrei chiedere, intanto, quali difficoltà incontrate, ad esempio, con gli operatori a collocare questo prodotto, se ne avete. Ci sono delle tecnologie analoghe sul mercato che possono essere vostre concorrenti? Eventualmente, qual è l'incidenza, in termini di costi, tra questa tecnologia e il prodotto che normalmente è il vostro *brand* di riferimento? Quanto si incide sul costo finale: lo appesantisce molto oppure no? Queste sono le domande che farò

anche alle imprese che seguiranno, per cercare di capire meglio la situazione, posto che si stenta, in Italia, a creare sistemi di tracciabilità. Dal punto di vista legislativo, su questo, siamo molto impegnati ma, nella realtà dei fatti, vediamo poi che veniamo spesso sconfessati dall'Unione europea.

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. A livello di costo, per il produttore, questo è quasi insignificante, perché deriva da una trattativa sull'acquisto dei codici. La problematica, se vogliamo dirla tutta, è che, chiaramente, con questo sistema si può sapere quanti prodotti un soggetto realizza.

PRESIDENTE. Quindi lo sa anche il fisco: è questo il limite?

MASSIMO RIGUCCI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Potrebbe saperlo anche il fisco.

PRESIDENTE. Voi dite che, quindi, c'è probabilmente un limite psicologico e molte imprese preferiscono non farsi del male da sole, da questo punto di vista?

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Se un'azienda vuole certificare 1.000 pezzi, deve prendere 1.000 codici, che devono essere dati da un'*authority*, per garantire che il prodotto è autentico. C'è quindi una tracciabilità.

PRESIDENTE. La tracciabilità è uno dei versanti sui quali posso dire — credo anche a nome dei colleghi della Commissione — che noi siamo impegnati. Il nostro auspicio è che si vada verso una forma di tracciabilità del prodotto, nell'interesse del consumatore: ciò è indubbio. È ovvio che poiché stiamo parlando di meccanismi volontari (quindi non c'è nessuno che in questo momento impone ad un'impresa questo tipo di attività), esistono altri tipi di criticità, che lei ha ben evidenziato, da questo punto di vista.

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Se un'azienda vuole mettere il marchio *Griffsecurity*, deve comunque dichiarare quello che produce.

PRESIDENTE. Sì, certo. C'è un sistema di controlli che funziona a 360 gradi e quindi c'è anche una componente psicologica che attiene alle dinamiche di *privacy* interne delle nostre aziende.

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Un'altra remora, non tanto psicologica ma di fatto, è che, effettivamente, il produttore deve agganciare i codici a prodotti che devono essere veramente *made in Italy*, sicuramente italiani, assumendosi quindi la responsabilità di non dare un certificato falso.

PRESIDENTE. Questo è l'altro grande tema: i prodotti non devono venire da qualche altra parte per subire poi in Italia solo una piccola fase della lavorazione. Voi intervenite, quindi, sostanzialmente su un sistema alfanumerico e non avete la possibilità di sindacare sulla qualità del prodotto in origine. Non ha però risposto sull'incidenza che normalmente ha il vostro sistema sul costo del prodotto finito.

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Noi abbiamo fatto delle ipotesi per cui non arriverebbe a 50 centesimi per il singolo prodotto. Parliamo di prodotti di un certo valore.

PRESIDENTE. Parliamo dunque di prodotti con un valore medio abbastanza elevato sul venduto?

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Sì.

PRESIDENTE. Parliamo di meno dell'1 per cento?

PAOLO CICCHI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. 50 centesimi circa a prodotto.

MASSIMO RIGUCCI, titolare del brevetto *Griffsecurity*. Ciò dipende, chiaramente, anche dal numero di pezzi: se aumentano i pezzi, diminuisce il prezzo. Ovviamente, questo è un costo analogo ad un circuito a radiofrequenza. Noi siamo arrivati a questa soluzione partendo da un'analisi delle varie tecnologie. Ci stavamo occupando di carte di prossimità e abbiamo volutamente adottato una scelta di tipo procedurale — il nostro è un procedimento certificato — perché non vogliamo inquinare il prodotto. Volevamo che fosse il cliente a fare la verifica, anche perché negli Stati Uniti, per esempio, c'è un forte boicottaggio delle tecnologie a radiofrequenza, in quanto violano la *privacy*. Quando si entra in un supermercato avendo addosso un vestito o un maglione con attaccato un *chip*, tutti possono sapere quali sono le proprie preferenze, come ci si veste, da chi si compra e così via.

Negli Stati Uniti c'è un'*authority* — si chiama Caspian — che ha fatto delle campagne che addirittura hanno bloccato *Gillette*; credo che anche alcuni produttori italiani, tra cui *Benetton*, abbiano avuto qualche problema.

PRESIDENTE. Do la parola all'onorevole Sanga.

GIOVANNI SANGA. La mia domanda si intreccia con la sua, signor presidente. Mi interessava capire se c'è stato un livello di diffusione di questo modello, se è stato già applicato da qualche parte o se l'avete sperimentato. Inoltre, a quali settori in particolare potrebbe essere adattato?

PAOLO CICCHI, titolare del brevetto *Griffsecurity*. Noi lo abbiamo creato per le griffe famose. Il prototipo è stato fatto internamente ma, a livello di tecnologia, parliamo di un procedimento che è stato inventato. Ci sono, infatti, due banche dati — quella dell'azienda e quella dell'*authority* — che devono essere messe in comunicazione. C'è poi l'utente che va a verificare: fine.

Ci sono degli algoritmi che legano la banca dati dell'azienda e la banca dati

dell'*authority* per certificare il prodotto. È un'idea che è stata brevettata, anche perché è facile fare un prototipo di questo tipo: è banale.

GIOVANNI SANGA. Non lo avete mai sperimentato?

PAOLO CICCHI, titolare del brevetto *Griffsecurity*. No, perché ci serve un'*authority*. Il prototipo lo abbiamo fatto, ma ci vuole qualcuno che dia un marchio di autorità alla certificazione: non può darlo l'azienda che produce (ci sono dei casi in cui ciò accade, ma ha poco senso).

GIOVANNI SANGA. Poteva essere sperimentato con le associazioni di categoria! Non erano *authority* dello Stato, così come le associazioni hanno fatto con altre formule, su modelli diversi da questo.

PAOLO CICCHI, titolare del brevetto *Griffsecurity*. Abbiamo iniziato con la CNA di Firenze.

PRESIDENTE. Ci è stato detto nel corso della nostra missione a Firenze: ci hanno parlato di una sperimentazione di tracciabilità, anche se senza fare riferimento alla vostra tecnologia.

PAOLO CICCHI, titolare del brevetto *Griffsecurity*. Ci dovevano essere dei fondi ma poi la cosa è rimasta ferma. Si parlava di parecchi soldi perché volevano mettere su una *server farm* (quindi non era tanto una questione di costo del progetto a livello procedurale, bensì di costo di necessario per mettere su una *server farm*). Si parlava, già un paio di anni fa, di una bella cifra, che adesso non ricordo.

GABRIELE CIMADORO. La mia domanda è più o meno la stessa del collega Sanga. Vorrei capire se questo è un modello italiano ideato da voi. Mi pare di capire che in America esisteva qualcosa di simile — un modello con la capacità o la possibilità di controllare — ma si è poi intervenuti perché esso agiva in modo invasivo sulla *privacy*. Esiste un paese, che

voi sappiate, dove è già sperimentato un tipo di sistema uguale o simile al vostro o qualcosa che gli assomigli molto?

MASSIMO RIGUCCI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. No, non abbiamo avuto modo di verificarlo.

GABRIELE CIMADORO. Il problema è prettamente italiano?

MASSIMO RIGUCCI, *titolare del brevetto Griffsecurity*. Il problema in Italia è questo: senza fare nomi, noi siamo andati, anche all'inizio del 2002 e del 2003, presso delle *griffe* molto importanti, che ci hanno ascoltato con molto interesse, però l'Italia è il primo produttore al mondo di *griffe* per numero di pezzi e il terzo contraffattore nel mondo. Qui, purtroppo, c'è una questione di fondo. L'Italia possiede delle caratteristiche: la cultura, le *griffe*, l'invenzione. Però, non si può avere, come si suole dire, la botte piena e la moglie ubriaca, perché è difficile. Abbiamo notato che le *griffe* hanno cercato di fare qualche cosa, anche con i loro responsabili della sicurezza, per agganciare i prodotti, però nei punti *multi-vendor*, succede che esistono vari tipi di contraffazione: c'è una contraffazione da spiaggia, dove il cliente è consapevole; c'è poi la contrattazione di medio livello e quella di alto livello. Lo stesso prodotto si trova a prezzi diversi in un centro *multi-vendor* e, magari, ad un prezzo ancora diverso in una *boutique* di Capri. Quindi, dire quale prodotto sia vero e quale sia falso diventa difficile, anche perché le stesse *griffe* delocalizzano. Peraltro, se i prodotti fanno — credo — tre passaggi in Italia, diventano *made in Italy*: basta mettere dei bottoni, un'etichetta e una fibbia. Ma, di fatto, non sono *made in Italy*.

Noi abbiamo provato a sensibilizzare il livello regionale — l'Umbria — perché molti nostri fasonisti — e questo è un problema grosso della CNA — hanno il *know how*, lavorando per i grandi marchi, ma quando il titolare del marchio delocalizza, loro rimangono a piedi. Abbiamo allora suggerito di dare a questi nostri fasonisti, che

sono in crisi, la possibilità di legare il loro prodotto, che ha la stessa qualità del prodotto griffato, a una *Griffsecurity*, in modo che, quando vanno nei mercati internazionali, ad esempio in Russia, è vero che non hanno il marchio blasonato, ma hanno comunque un'*authority* la quale certifica che il prodotto è *made in Italy*: è garantito.

Ciò non è avvenuto — non l'hanno fatto — e chiaramente, quando vanno nei mercati internazionali, di fronte a un marchio conosciuto a livello mondiale, chi compra — soprattutto in Russia o in Cina — compra il marchio, perché poi — a parte quei prodotti che fanno danno alla salute, che rientrano in un altro discorso — nel valore dei prodotti di *boutique*, gioca l'effetto placebo legato al marchio: se il prodotto è falso, chiaramente il suo valore può essere di qualche decina di euro, mentre invece viene venduto a qualche migliaia di euro.

Adesso, il problema vero è che gli stessi produttori, i fasonisti (soprattutto i cinesi che lavorano in Italia), hanno lo stesso *know how* di coloro che glielo hanno trasferito. Noi dovremmo valorizzare questo nostro valore aggiunto, questa autenticità, però per farlo occorre un capitale iniziale per mettere insieme il progetto. Per partire con la CNA eravamo intorno al milione di euro e andava fatto un finanziamento misto (magari di CNA e di un ente pubblico). Occorre mettere insieme un circuito dove addirittura l'*authority* potrebbe arrivare anche a entrare nel merito, come fanno le società di certificazione, relativamente a come è stato prodotto un oggetto: se i pezzi sono stati fatti all'estero e sono poi stati soltanto assemblati in Italia.

Come marchio, noi ci limitiamo, ovviamente, soltanto ai codici. La CNA ci chiese però — e potremmo farlo — di focalizzare la nostra attenzione anche su altri tipi di verifiche e certificazioni.

PRESIDENTE. Non so fino a che punto questo convenga alle imprese. Vi ringrazio per la vostra disponibilità. Se ci vorrete fornire dell'ulteriore documentazione, ad

integrazione dell'audizione odierna, vi prego di farlo: saremo lieti di acquisirla agli atti. Grazie e buona giornata.

La seduta, sospesa alle 13,25, riprende alle 13,35.

Audizione del dottor Stefano Alessandri, presidente di Youtrue Srl.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Stefano Alessandri, presidente di Youtrue Srl, accompagnato dal dottor Alex Ali, socio di Youtrue Srl. L'audizione odierna prosegue il ciclo di approfondimenti che la Commissione sta svolgendo in merito alla tematiche legate allo sviluppo di sistemi e tecnologie anti-contraffazione.

Avverto i nostri ospiti che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico che sarà pubblicato *on-line* e che, se lo riterranno opportuno, i lavori della Commissione potranno proseguire in seduta segreta, invitandoli comunque a rinviare eventuali interventi di natura riservata alla parte finale dell'audizione.

Il dottor Alessandri aveva sollecitato la Commissione — analoga richiesta è stata fatta a me e al collega Cimadoro — per poter intervenire nella seduta odierna. Come ha visto, oggi abbiamo invitato alcuni soggetti che si propongono sul mercato con delle tecnologie e delle modalità per affrontare il tema della contraffazione. Do ora la parola al dottor Alessandri.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Ringrazio il presidente e la Commissione per averci ricevuto. Siamo qui per farvi vedere il nostro sistema e per spiegarvi un po' come funziona, perché riteniamo di avere la soluzione giusta affinché le contraffazioni sul mercato italiano ed estero possano essere in qualche modo contrastate. Riteniamo che il nostro sistema sia oggi il miglior strumento in tal senso: il più efficace. Sicuramente, non abbiamo una soluzione al cento per cento, perché non esiste. Immagino che tutti

propongano il proprio prodotto dicendo che è il migliore: noi vi esporremo il nostro.

Oggi è qui solamente la rappresentanza commerciale, per spiegarvi il funzionamento; siamo eventualmente disponibili a venire una seconda volta per fare una presentazione nell'ambito della quale i nostri ingegneri potranno spiegarvi nel dettaglio come funziona il tutto. Vi è stata distribuita una presentazione, che gradirei approfondire con voi.

PRESIDENTE. Mi scusi, presidente, noi siamo una Commissione d'inchiesta, quindi non siamo molto interessati ai dettagli tecnici del funzionamento, quanto piuttosto alla tipologia di impianto che può essere fatto e soprattutto a quali siano i costi sul prodotto; vorremmo anche sapere se avete delle esperienze da portarci di clienti che abbiano già sperimentato la vostra produzione e la vostra attività.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Noi abbiamo lavorato con *Moncler*, tanto per fare qualche nome conosciuto. Abbiamo proposto anche ad Armani e a Gucci — li abbiamo incontrati — il nostro prodotto; in particolare, con *Moncler* abbiamo fatto un grande lavoro, di anni.

La nostra tecnologia si basa soprattutto su qualcosa di unico attualmente. Si tratta di un tessuto, che ora vi mostro. (*Viene mostrato alla Commissione un campione di tessuto*)

Noi utilizziamo un telaio *Jacquard*, che realizza delle cose di questo tipo, tessendo direttamente tutti i codici necessari, ai quali può essere applicato un *QR code* o un *RFID*.

Questa tecnologia è abbinata con un telaio *Jacquard*, unico e irriproducibile: questi telai costano svariati milioni di euro, che per eventuali contraffattori costerebbero troppo. È una tecnologia difficilmente riproducibile: solamente noi abbiamo questi telai, essendo in grado di fare qualcosa che garantisce una sicurezza — secondo noi — determinante.

In funzione del progetto del cliente, siamo in grado, con costi relativamente

bassi, di mettere costoro in condizione di tracciare tutto il prodotto. Addirittura, siamo in grado di avere la posizione satellitare. Il mio socio, meglio di me, potrà illustrarvi tecnicamente alcuni passaggi.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Ali.

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Innanzitutto, vi saluto e vi ringrazio. In merito alla nostra tecnologia, vorrei precisare che noi proponiamo un sistema per il quale andiamo a produrre e realizzare un'etichetta unica. Fino ad oggi, sui capi di abbigliamento, le etichette presentano i dati del fornitore e del produttore; ci sono le informazioni di lavaggio e poi ci sono delle etichette che identificano, tramite il codice a barre che tutti conosciamo, una tipologia di prodotto.

Noi abbiamo fatto un passo avanti: ogni etichetta, di ogni singolo capo, presenta una serie di sistemi di sicurezza a bordo dell'etichetta stessa, che la rende univoca e diversa da ogni altra.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Questa è la cosa più importante: l'univocità.

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Questa è la vera rivoluzione. Questa etichetta univoca ha un *microchip* incorporato — anch'esso è irriproducibile, univoco e presenta un codice — nel quale non vengono però incorporati tutti i dati, che risiedono invece in un *database* in gestione dell'azienda produttrice dell'oggetto stesso che, a quel punto, ne certifica l'univocità e la genuinità.

In questo *database* possono essere inseriti una serie di dati, che sono sostanzialmente inerenti alla logistica e che quindi possono essere utili all'azienda in tutti i processi produttivi del prodotto e che vengono utilizzati all'interno dei punti in funzione antitaccheggio. Il *chip* rimane attivo all'interno del punto vendita fino a quando il prodotto non viene acquistato e non passa per la cassa. In quel momento, il *chip* viene disattivato e così le altre

tecnologie a bordo dell'etichetta (almeno quattro tecnologie, che prevedono colori differenti, che reagiscono con la luce nel filato dell'etichetta stessa). Vi è inoltre la possibilità di avere un *QR code*, oggi leggibile da qualsiasi *smartphone* e una numerazione univoca che, inserita all'interno di un sito *web* e di un *database*, danno l'esatta posizione e provenienza dell'oggetto. Tutti questi sistemi di sicurezza sull'oggetto ne tracciano il passaggio, dalla produzione al momento in cui l'etichetta viene applicata al prodotto, fino a quando il prodotto arriva al consumatore.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Permettetemi una piccola dimostrazione: vi faccio vedere che, con una semplice applicazione, che mettiamo su un qualunque palmare, siamo in grado di accedere alle informazioni dell'etichetta; su questa etichetta diamo le informazioni che riteniamo più opportune. Quindi, se il nostro cliente ci dice di mostrare al pubblico certe informazioni, così avviene; gli addetti ai lavori ne avranno un'altra; e un terzo soggetto, che magari ha bisogno di informazioni ancora più dettagliate, ne avrà altre ancora. Delle varie informazioni che ci sono, noi tarriamo quelle che vogliamo mettere nel *chip*.

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Addirittura, siamo in grado di dire se, per esempio, un capo ha seguito la corretta linea di distribuzione, quindi, se eventualmente è stato sottratto a una distribuzione italiana per finire in altri paesi senza il controllo del produttore stesso, perché il cittadino col suo palmare oppure il magazzino o il negozio stesso, con un'interrogazione fatta con un palmare professionale, è in grado di trasmetterci dei dati, anche di posizione — sistema *GPS* — e quindi di darci la localizzazione precisa dell'oggetto, certificando data e ora di quell'operazione di verifica. Tutte queste verifiche incrociate che vengono fatte attraverso la logistica o attraverso speciali lettori in uso al negozio o al magazzino (ma anche le letture che vengono fatte dal cittadino, cioè le semplici interrogazioni),

riportano delle registrazioni nel nostro *database*, quindi, per tutta la sua durata, noi conserviamo la storia di quella numerazione, a cui associamo l'etichetta. Pertanto, sappiamo esattamente che percorso ha fatto un dato oggetto, oltre a rappresentare un *plus* per l'azienda, perché nel momento in cui ci comunica la veridicità dell'oggetto al proprio cliente, l'azienda ha la possibilità di fare delle azioni di *marketing* dirette, perché a quel punto è in contatto con il cliente tramite il suo palmare e lì può nascere un'ulteriore operazione di *marketing* che esce al di fuori dell'anticontraffazione.

GABRIELE CIMADORO. Ho visto che avete fatto una simulazione di certificato assicurativo da esporre fuori dalla macchina.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Sì, abbiamo anche già realizzato un progetto, approvato dalla Commissione sportiva automobilistica italiana (CSAI), che ci ha dato l'incarico di fare in modo che tutte le vetture delle competizioni automobilistiche che gareggiano siano provviste di un processo che verifichi, già da quest'anno, tutto della vettura, dai sistemi di sicurezza al resto.

Stiamo adesso trattando con le assicurazioni, che ci hanno già richiesto queste cose e, probabilmente, nel giro di breve tempo questo diventerà anche uno *standard* assicurativo, perché è l'unico sistema che permette l'univocità. Oggi ci sono tante truffe nel campo delle assicurazioni: è un bagno di sangue ma poi a farne le spese sono i cittadini, che chiaramente si vedono aumentare i costi delle polizze (se tanti soldi vengono sottratti indebitamente, con azioni truffaldine, i costi lievitano).

ALEX ALI, *Socio di Youtrue Srl*. Tra l'altro questo sistema è in grado, per le auto, di memorizzare tutta una serie di altri dati. Si immagini, per esempio, il caso di un agente della polizia municipale o stradale che, con un palmare specifico o anche un qualsiasi telefono, sarebbe in grado di interrogare il *database* centraliz-

zato e di avere tutte le informazioni sull'auto: la corrispondenza della targa, il telaio, la validità della polizza in corso. Questo è solo un esempio nel campo delle assicurazioni.

Un altro esempio che abbiamo sviluppato insieme al Politecnico di Milano riguarda la certificazione di tutte quelle manovre che richiedono una particolare manutenzione per legge, come nel caso degli estintori o delle caldaie. Abbiamo messo a punto un sistema che prevede l'applicazione delle nostre etichette, per esempio sugli estintori, i quali vengono verificati periodicamente ogni sei mesi dai manutentori, secondo l'obbligo di legge. Ci siamo resi conto che c'è una grossa lacuna in Italia sotto questo punto di vista perché gli estintori non vengono controllati correttamente e spesso non vengono neanche verificati sul posto effettivo dove sono collocati: i cartellini vengono raccolti e poi compilati « a casa », cioè negli uffici delle aziende.

Il nostro sistema prevede, tramite l'utilizzo di un palmare, di certificare esattamente, in una data ora e in un dato luogo (quindi, il sistema memorizza il posizionamento delle dotazioni di sicurezza di un'azienda o di un'istituzione, per poi verificare che nei successivi passaggi tutti i controlli siano stati fatti), mediante un posizionamento GPS preciso, gli oggetti che si vanno a controllare. Per rispondere, poi, al presidente circa le attuali applicazioni del sistema, noi siamo stati scelti, a fine anno, oltre che dalla CSAI per questa sperimentazione, anche dai Lloyd's di Londra, che hanno adottato il nostro sistema.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Abbiamo un contratto in essere già approvato!

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Praticamente, essi renderanno questo sistema obbligatorio per tutti i loro clienti che assicureranno degli eventi o delle attività con i Lloyd's di Londra. Un esempio sono le verifiche sugli oleodotti petroliferi, le verifiche di sicurezza delle navi — per esempio petroliere o da crociera — che

richiedono una manutenzione attenta di tutti i presidi di sicurezza a bordo. Questo sistema, certificato dalla *Youtrue*, verrà utilizzato dai Lloyd's per verificare che tutte le procedure siano state eseguite correttamente, prima di procedere con i risarcimenti.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Abbiamo un contratto in esclusiva con loro, quindi loro utilizzeranno solo ed esclusivamente la nostra tecnologia in tutto il mondo! Stiamo parlando di Lloyd's *certification*. Sapete che i Lloyd's sono una fondazione e hanno varie branche. Noi stiamo trattando con loro sulla *certification*: loro hanno scelto la nostra azienda come la più qualificata (vi potete immaginare che cosa hanno dovuto fare prima di approvare il progetto). Pertanto, essi hanno verificato che questa è — secondo loro — la tecnologia migliore esistente al mondo: hanno fatto dei test e l'hanno approvata. Noi adesso stiamo già lavorando con loro e ci occuperemo di una serie di ambiti, dalle piattaforme petrolifere alle navi e via dicendo. Questo è per noi un grande risultato: ecco perché crediamo che anche in Italia possiamo dare il nostro apporto, soprattutto per ciò che riguarda, in questo caso, il *made in Italy*. Penso, per esempio, alla parte del *fashion*, che viene esportata in tutto il mondo, rispetto alla quale, oggi, vi sono dei grossi problemi (fermo restando il fatto che la nostra tecnologia è applicabile in qualunque mondo).

In più, si tratta di una tecnologia molto flessibile, perché in funzione delle richieste del cliente possiamo fare di tutto, posto che abbiniamo varie tecnologie. Siamo un'azienda dinamica, facciamo tutto internamente (abbiamo i nostri programmatori interni) e siamo in grado di sviluppare il sistema adattandoci alle esigenze del cliente.

PRESIDENTE. Scusi, presidente, ho una curiosità e ritorno alla domanda che le avevo già posto e che continuerò a porre. Senza entrare nel dettaglio dei costi, che non riguardano la Commissione,

per esempio del tessile — un approfondimento che stiamo sviluppando in questo periodo — questa vostra tecnologia che incidenza ha sul costo finale del prodotto?

Stiamo ragionando di tecnologie che si applicano, sostanzialmente, in un contesto di autoregolamentazione, perché è evidente che stiamo parlando di soggetti che scelgono autonomamente di tutelarsi in questo modo rispetto al mercato, ma che non ne hanno l'obbligo. Rispetto all'incidenza dei costi, che approccio avete con i vostri interlocutori?

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. La tecnologia è — se vogliamo — economica ma anche costosa, perché se andiamo a prendere il caso di un paio di calze firmate — anche se non so quanto possano valere — evidentemente, stiamo comunque parlando di una tecnologia che può costare dai venti centesimi a capo fino a un euro: ciò, evidentemente, a livello industriale può incidere anche parecchio. Sicuramente, nell'alta moda non ci sono questi problemi. Sicuramente, con *Moncler* non abbiamo mai avuto questo genere di problemi, che quindi con le grandi marche non ci sono. Ci possono essere dei problemi di costi per coloro che fanno le magliette da due euro: per costoro, chiaramente, il costo incide parecchio, ma non credo che quello sia il nostro *target*.

PRESIDENTE. Avete quindi strutturato una tecnologia che guarda, come mercato potenziale, ai *brands* dell'alta gamma piuttosto che al lusso?

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. No, ci tengo a precisare che guardiamo sicuramente all'alta gamma, ma anche alle fasce più basse, fermo restando che per quelle *super* economiche, secondo me, non ci sono i margini.

PRESIDENTE. Forse a loro non interessa nemmeno tutelarsi!

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Come diceva prima il dottor Alessandri, in

realtà, è una tecnologia modulabile, perché il *range* di prezzo che ha dato lui sul singolo prodotto, varia in base alla tipologia di tecnologia utilizzata. La tecnologia base è una semplice tessitura su un oggetto già preesistente di un numero seriale — diverso, univoco — che viene tessuto, per esempio, su una maglietta. In questo caso il costo è molto basso. Nel momento in cui andiamo invece a sviluppare un'etichetta che ha il codice univoco tessuto ma anche il *microchip*, naturalmente, il costo sale. Addirittura, abbiamo sviluppato anche un'etichetta con il doppio *microchip* per essere più sicuri, utilizzando quindi due tecnologie, una detta « di prossimità », che necessita di un lettore in prossimità dell'etichetta per essere letta; e una, invece, che vede il classico *microchip* usato nella logistica, in grado di essere letto da delle antenne anche dentro alle confezioni, a distanza. Molto dipende anche dall'azienda e dal livello di sicurezza che si vuole dare all'etichetta. L'opzione base è la semplice scrittura di un codice con un filato di colore unico, normale. Via via che si sale di livello, aumenta il prezzo con l'aumentare del numero di *microchip* a bordo, dei colori che vengono utilizzati nel filato e della qualità del filato stesso, posto che ce n'è uno di tipo tradizionale, colorato, e ci sono invece dei nuovi filati che addirittura reagiscono anche alla luce ultravioletta o a speciali raggi *laser*.

L'idea nostra, quindi, è quella di dare una targa univoca a qualsiasi oggetto nel mondo dell'abbigliamento, dalle scarpe alla pelletteria. Come targarlo è una scelta e una verifica da fare con l'azienda. Charamente, il costo di un euro su una borsa da 1.000 o 1.200 euro non incide, ma su un paio di calze può incidere. Andiamo ad utilizzare in questo caso una tecnologia più economica.

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Un'altra cosa importante, che non dobbiamo assolutamente tralasciare, è che applicando questa tecnologia ai prodotti citati, siamo in grado di dare uno strumento a chiunque voglia verificare tutta una serie di informazioni, perché in

realtà creiamo uno storico, quindi sappiamo dove sono i prodotti, il magazzino, sappiamo quanti ne sono stati venduti e quanti sono ancora in circolazione: sappiamo tutto. Quindi, anche la Guardia di finanza che dovesse controllare può saperlo.

ALEX ALI, *socio di Youtrue Srl*. Il sistema può essere interfacciato anche con i sistemi di contabilità!

STEFANO ALESSANDRI, *presidente di Youtrue Srl*. Diciamo che si può fare tutto. Volendo, se richiesto, diamo la tracciabilità di tutto. Poiché ci sono dei *database* certificati, si deciderà a chi darvi accesso. L'importante è che capiate che questa tecnologia può essere utile ed è rivoluzionaria, impostata così.

Vi dico la verità, non abbiamo scoperto l'acqua calda, perché questa tecnologia è presente da anni, ma non combinata come abbiamo fatto noi, soprattutto non con questi telai. L'RFID e il QR code esistono da tanti anni. In giro è pieno di *software* ma questi non fanno neanche la metà — neanche un decimo — delle cose che facciamo noi, perché non sono stati studiati per queste cose, non sono state applicate e sviluppato nel dettaglio alcune cose.

PRESIDENTE. Vi chiedo scusa ma alle 14 dobbiamo chiudere i nostri lavori e vi è ancora un'ultima audizione da svolgere. Stiamo sentendo che le tecnologie non mancano, probabilmente, manca in questo momento una propulsione in questa direzione. Vi ringrazio per la disponibilità.

Audizione del professor Giampietro Ravanan, presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR e del dottor Ettore Bonalberti, presidente dell'Associazione internazionale cultura ambientale e lavoro sociale — AIKAL.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del professor Giampietro Ra-

vagnan, presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR, e del dottor Ettore Bonalberti, presidente dell'Associazione internazionale cultura ambientale e lavoro solidale — AIKAL, accompagnato dall'ingegner Attilio Minafra, socio AIKAL, *project leader* e proprietario del sistema « Sigillo informatico ».

Avverto i nostri ospiti che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico che sarà pubblicato *on-line* e che, se lo riterranno opportuno, i lavori della Commissione potranno proseguire in seduta segreta, invitandoli comunque a rinviare eventuali interventi di natura riservata alla parte finale dell'audizione.

Oggi abbiamo una sovrapposizione di appuntamenti parlamentari, con più Commissioni dove sono in corso altre sedute. Direi di procedere dando la parola, per una decina di minuti a testa, prima al professor Ravagnan e, a seguire, al dottor Bonalberti; dopodiché, insieme ai colleghi, potremo fare eventualmente osservazioni e domande sul tema che vorrete affrontare. Do, quindi, la parola al professor Giampietro Ravagnan.

GIAMPIETRO RAVAGNAN, *presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR*. Ringrazio il presidente e la Commissione di questa opportunità, che ritengo interessantissima, al fine di fare considerare l'evoluzione di un lavoro iniziato parecchi anni fa.

Io sono ordinario di microbiologia, ormai da molti anni, presso l'Università Ca' Foscari, a Venezia. In quella veste mi sono occupato di sicurezza alimentare e di tutti i problemi connessi con la gestione, la conservazione e la tracciabilità del commercio di prodotti alimentari. Essendo a Venezia, un particolare interesse era sulla filiera ittica. Nel 2004 ho avuto, dal Ministero delle politiche agricole e forestali, l'incarico — che poi ho svolto — di un progetto finanziato dallo stesso Ministero riguardante proprio gli aspetti di qualità della produzione e della tracciabilità del prodotto stesso.

Quando sono arrivato alla fine di questa parte di lavoro (il che significava mettere a punto dei sistemi di certificazione della qualità della produzione, in particolare da acquacoltura e da molluschicoltura), è venuto fuori il problema di come gestire il prodotto e di come tracciarlo.

Allora, era già matura in quei tempi tutta la problematica legata alla certificazione e alla tracciabilità delle carni bovine. Così, ho cercato sul mercato un'azienda che avesse già delle competenze e una piattaforma di tracciabilità per le carni bovine, a cui ho chiesto se, invece di scrivere « bue », si poteva scrivere « pesce ». La cosa è poi venuta di conseguenza. Ho quindi utilizzato questa piattaforma, già certificata secondo le norme europee riguardanti le carni bovine, per poter seguire la filiera ittica.

Contestualmente, nel 2008, la regione Veneto ha finanziato un progetto, chiamato *Biotag*, di un'associazione temporanea di imprese, in cui il capofila era il consorzio provinciale che controlla la pesca e la produzione di molluschi nella laguna di Venezia. Di questa ATI hanno fatto parte anche la società Logix e l'Università di Venezia, che ha fatto un lavoro riguardante i criteri di identificazione univoca dei molluschi. Sostanzialmente, abbiamo fatto la mappatura genetica dei molluschi. Oggi — i lavori sono già stati pubblicati — siamo in grado di poter certificare, su base genetica, il mollusco allevato nell'alto Veneto rispetto a qualsiasi altro tipo di mollusco che viene dall'estero, perché tracciabilità significa poi decidere che cosa si traccia.

In sintesi — poi posso rispondere ad eventuali domande — i sistemi oggi sicuri di tracciabilità della produzione agricola si basano o su determinanti genetici, o su determinanti chimico-fisici che abbiano una corrispondenza univoca con il territorio. Questo si fa tramite la tracciabilità degli isotopi di carbonio: si può fare un *imprinting* del prodotto che viene da un territorio operando con questa tecnologia

(oltre a tutte le altre prove riguardanti la risonanza magnetica, la gascromatografia e via dicendo).

GABRIELE CIMADORO. Vale anche per l'uomo?

GIAMPIETRO RAVAGNAN, *presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR*. Con il carbonio possiamo dire, magari, che cosa ha mangiato, da dove proviene quello che ha mangiato! In realtà, no. Il discorso per l'uomo è un po' più complesso perché noi respiriamo molta aria e molta anidride carbonica, per cui è un po' più difficile fare la tracciabilità nell'uomo (anche perché ci muoviamo, invece le piante stanno ferme, così come i molluschi stanno nel loro *habitat*, per cui sono la fotografia del luogo). Su questa base si possono vedere anche tutti gli aspetti legati agli inquinanti (anche questo significa una tecnica complessa).

Questo progetto è andato avanti, seguito poi da un altro a cui hanno partecipato la Logix e istituti del CNR per quello che riguardava la certificazione dell'olio di oliva. Anche in questo caso, si è arrivati a dei risultati molto interessanti, perché sull'olio di oliva italiano si può determinare l'area di produzione e se sia veramente olio di oliva: si può distinguere, in questa maniera, la produzione, legata a quel territorio, dal commercio, dove l'olio diventa anche una miscela.

L'ultimo aspetto riguarda il ruolo del CNR. Non bastano i soli istituti pubblici che certificano le caratteristiche oggettive del prodotto. Si è infatti posto il problema della garanzia di questi dati, di come vengono gestiti, di quali assicurazioni si danno sul fatto che essi siano quelli che, effettivamente, corrispondono a un'evoluzione, sia in termini di analisi, sia di controlli, sia di attività fatte anche dal produttore stesso.

Io ne parlai, a suo tempo, con il presidente Maiani al CNR, dove sono stato per parecchi anni come direttore di un grosso istituto di ricerca. Il CNR diventò così il conservatore e il garante di tutti

questi dati, che vanno poi a finire in un *data repository* inaccessibile, se non per richieste della magistratura o di organi con compiti di controllo.

Il CNR ha fatto con la società Logix una convenzione onerosa — che qui è riportata — per questo tipo di servizio, a carico della società e ha nominato un comitato tecnico — di cui io sono il presidente — nominato dal presidente del CNR. Questo comitato tecnico ha redatto dei disciplinari, che danno una serie di regole, di attività utili per chi è interessato a usare questo sistema di certificazione (non come un'autodenuncia ma come un impegno nei confronti del conservatore).

La piattaforma è fatta in maniera che tutti questi dati siano oggi accessibili con gli *smartphones*. Alla fine di questa gestione — trovate tra i documenti uno schema su come funziona la produzione — vi è la produzione di un'etichetta particolare, stampata da un'azienda che lavora per conto dei Monopoli dello Stato (non sono i Monopoli dello Stato, bensì un'azienda di Milano che stampa i biglietti del Superenalotto, del Gratta e vinci e via dicendo, quindi usando tecniche molto raffinate); queste etichette vengono poi numerate. Così, quando un produttore di olio ci dice di volere questa certificazione, gli chiediamo, anzitutto, quanti alberi abbia e quante bottiglie produca. In base alla risposta, non si possono avere più di un certo numero di etichette, che sono numerate, hanno un doppio codice, non si possono contraffare e sulle quali è stampato un *data matrix* che, non solo riconferma il numero dell'etichetta, ma poi dà l'accesso al sistema dei dati conservati presso il CNR. Per il consumatore questo è molto interessante perché si tratta di un sistema *web based* per cui, in qualsiasi parte del mondo un'etichetta di questo genere, può essere letta e riconosciuta su un determinato prodotto. Ciò si è fatto anche per il vetro artistico di Murano, visto che eravamo a Venezia. Questo è un sistema di servizio che definirei *open source*, cioè chi vuole, lo può utilizzare.

GABRIELE CIMADORO. Chi vuole pagare le tasse lo può utilizzare!

GIAMPIETRO RAVAGNAN, *presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR*. Direi, piuttosto, chi vuole mettersi sul mercato con qualche cosa che lo distingua, cioè dando al consumatore la garanzia dell'informazione. Concludo con una riflessione.

Per avere questi dati, un presupposto è che l'informazione sia digitalizzata. Queste cose funzionano se c'è un processo, anche regolatorio, di digitalizzazione di tutti questi dati. Perché tutti i prodotti Dop — che sono regolamentati da una norma europea, per quanto riguarda la certificazione del prodotto, del sistema di produzione e del controllo — che si possono effettivamente marchiare come tali non vanno su una piattaforma accessibile al consumatore? Se così fosse, questo sistema potrebbe effettivamente servire.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Ettore Bonalberti per la sua relazione.

ETTORE BONALBERTI, *presidente dell'Associazione internazionale cultura ambientale e lavoro solidale — AIKAL*. Ringrazio il presidente Fava per questa opportunità. Come siamo entrati in questo ragionamento con la nostra associazione? Intanto, chi siamo? Noi raggruppiamo una serie di società in un'associazione senza scopo di lucro che si pone il problema di sviluppare dei progetti funzionali agli obiettivi di Expo 2015 che, come sapete, sono quelli dell'alimentazione e dell'energia della vita.

Anche dati i miei rapporti personali col professor Ravagnan — io ho guidato per nove anni l'Istituto centrale per la ricerca scientifica applicata al mare (ICRAM), dal 1983 al 1992 —, che conoscevo per rapporti proprio di consulenza scientifica, quando egli mi ha parlato di questo sistema, ho ritenuto di essere di fronte a una delle eccellenze italiane, già presentate a Shanghai, che noi vorremmo presentare nella sua concreta applicabilità in occasione di Expo 2015.

Riteniamo, infatti, che in questo l'Italia abbia acquisito una strumentazione tecnico-scientifica di assoluta avanguardia mondiale, che permette di difendere, nel nostro caso il *made in Italy* e tutto ciò che in esso vogliamo proteggere, così come altri Stati potranno garantire il loro *made in*. Penso, ad esempio, al caffè brasiliano piuttosto che di altra provenienza o alle carni argentine piuttosto che di altra provenienza.

Voglio ringraziare questa Commissione e, *in primis*, il presidente, perché nonostante vari tentativi fatti con l'amministrazione centrale, dall'onorevole Galan prima, dal ministro suo successore e dai vari capi di Gabinetto, questa tecnologia non ha mai avuto un riscontro.

Capisco che siamo di fronte a uno strumento che, come diceva bene il professore prima, privilegia i produttori onesti contro i commercianti truffaldini, però bisogna che scegliamo: se vogliamo difendere il *made in*, dobbiamo avere degli strumenti di assoluta oggettività.

Andate oggi sugli scaffali di *Eataly*, a New York, e troverete olio italiano a 50 dollari, la provenienza del quale è, in realtà, tutta da discutere e da dimostrare. Con questa strumentazione, noi sappiamo di poter riconoscere un olio del Garda da un olio della Sabina, piuttosto che da un olio toscano. Spesso, l'olio della Sabina viene venduto, magari a 6 euro, e rivenduto poi come olio toscano di alta qualità a 10 o 12 euro. Questo fatto, evidentemente, discrimina sul piano dell'onestà dei comportamenti. Non sto ora a rispiegarvi la parte tecnica, ma l'importante è dire che i nostri veri alleati potranno essere, domani, i consumatori, che con il loro *smartphone* o con il loro cellulare dotato di un sistema di lettura, semplicemente accostandoli all'etichetta del prodotto, una volta che questo prodotto abbia scelto la strada del Sigillo, riusciranno a capire se quel prodotto sia effettivamente tale, potendone conoscere tutta la sua linea di sviluppo: soprattutto, egli sarà certo della sua provenienza. Capite bene che, applicando tale tecnologia al settore agroalimentare, che sarà l'obiettivo specifico di

Expo 2015, al settore della moda, altro grande campo in cui si ha il *made in* contraffatto, al settore del vetro di Murano — anch'io sono veneziano —, che ha evidentemente mille contraffazioni possibili, noi garantiamo i consumatori in maniera eccellente.

Che cosa chiediamo, in definitiva, oggi all'amministrazione pubblica? Siamo stati anche presso il Parlamento europeo, dove si sta discutendo di queste questioni in maniera molto seria.

Su questa tematica ho parlato con l'onorevole Silvestri, che è il nostro relatore in Commissione presso il Parlamento europeo. L'ideale sarebbe potere avere non solo un riconoscimento istituzionalmente — che abbiamo già, dal Consiglio nazionale delle ricerche — ma anche, per esempio, il marchio della Repubblica italiana, sul Sigillo informatico. Questo sarebbe veramente l'obiettivo fondamentale. So che si scatenerà un problema con molte organizzazioni. Siamo tutti bravi ad apparire anche come non siamo, ma se vogliamo difendere effettivamente il *made in Italy* o il *made in Venezia* piuttosto che il *made in Siena* piuttosto che il *made in*, certamente, qui abbiamo una verifica di dati territoriali, tecnicamente definiti da istituti specializzati e riconosciuti pubblici, con dati che vengono conservati a livello di deposito controllato scientificamente prima ancora che notarilmente, con accessibilità praticamente nulla da parte di terzi, all'interno del CNR: questa è la garanzia massima che noi possiamo dare al consumatore.

L'ingegner Minafra, qui presente, potrà darvi anche delle risposte pratiche, di tipo operativo perché è lui l'inventore del sistema e il legittimo proprietario. Egli è socio di AIKAL e concorre con noi in maniera *non profit* proprio per presentare questo sistema, che fra l'altro ha avuto l'onore di essere presentato già a Shanghai e sta suscitando interesse anche alla direzione generale per la politica commerciale internazionale del Ministero dello sviluppo economico proprio in queste settimane: sono venute qui delle delegazioni da Dubai, le quali dicono di aver capito che il Prosecco non si

può bere a un euro o a due dollari, ma che però ribattono dicendoci che, se anche comprano a 9, 10 o 15 euro, nessuno li garantisce sul fatto che un certo Prosecco di Valdobbiadene sia effettivamente di quella zona di produzione.

Vedete, il *made in Italy* è ricercatissimo all'estero, ma l'estero vuole sempre di più il *made in Italy* effettivo. Ci sono troppi sistemi di contraffazione, non sempre di paesi terzi ma anche ad opera di italiani, che rovinano assolutamente l'immagine del *made in Italy*.

Da parte mia, come presidente di AIKAL, sono molto interessato a far sì che questo sistema, che reputo il più avanzato oggi esistente a livello internazionale, possa avere adeguata risonanza e che quindi anche questa audizione presso di voi — ne sono convinto e lo spero — possa trovare quell'interesse che poi tradurrete eventualmente in norme operative, in termini legislativi.

PRESIDENTE. Nel ringraziarvi, vi pongo una questione che è ricorrente nei quesiti odierni, ma che non è irrilevante. Dell'esistenza di queste tecnologie eravamo a conoscenza. Quando abbiamo fatto le audizioni, soprattutto sul versante dell'agroalimentare, in modo specifico su vino e olio, più volte ci è stato obiettato dalle associazioni dei produttori che c'erano delle difficoltà in termini di sostenibilità economica di queste iniziative.

Rifaccio a voi la domanda che ho già fatto anche agli altri. Che incidenza ha la vostra tecnologia sul prodotto finito? Voi ritenete che, soprattutto su prodotti destinati al largo consumo, quali sono quelli del sistema agroalimentare italiano, questa metodologia possa essere applicata senza incidere sensibilmente sul prezzo finale del prodotto, il quale, soprattutto in un periodo di crisi, è purtroppo considerato ormai uno dei principali elementi di valutazione del prodotto da parte del compratore?

ATTILIO MINAFRA, socio AIKAL, project leader e proprietario del sistema « Sigillo informatico ». Ha centrato piena-

mente il problema. Non voglio dire che l'aspetto della sostenibilità economica sia marginale, perché è sicuramente il nostro *focus*. Tenete conto che tutta l'operazione, tutta la filiera della tracciabilità si basa su dei campionamenti. Porto l'esempio del progetto *Biolab*, finanziato dalla regione Lazio con cifre del tutto significative e importanti, ma minime rispetto ai finanziamenti necessari.

Stiamo parlando di un progetto che ha avuto 490.000 euro di finanziamento e che ha previsto la verifica della sostenibilità e della fattibilità della caratterizzazione dei prodotti. La forza della nostra soluzione è che, determinato un territorio vocato a una certa produzione, che sia la Sabina (Canino, nel nostro caso) o il Frusinate o il Salento, noi vi interveniamo con l'aiuto degli enti di ricerca. La nostra è una piccola impresa informatica specializzata, ma la nostra forza è nell'avere come riferimento l'eccellenza (parlo dell'Istituto agrario di San Michele all'Adige di Trento per quanto riguarda l'analisi isotopica, o del CNR di Montelibretti per la risonanza magnetica nucleare). La cosa importante, quindi, è che quando si determina un territorio, si selezionino i campioni. Nel caso specifico della Sabina sono state fatte le caratterizzazioni, quindi, tornando al valore economico dell'impresa, sono stati provati sessanta campioni — lo sottolineo — per determinare il profilo che dicevamo prima. Una volta terminato il profilo non è necessario che il mio olio — lo confesso, abito in Sabina e produco anche io olio, ma ben poco, poiché è un hobby — sia stato caratterizzato, perché se è stato raccolto da piante presenti nel territorio, nel rispetto del disciplinare, quel puntino — semplifico — che appare dopo le analisi fatte sull'olio di un produttore, deve essere all'interno dell'ellisse individuata (è, infatti, proprio un'ellisse l'impronta che viene determinata). Non so se ho dato una risposta.

Il costo di una doppia caratterizzazione si aggira sui 3.000 euro, ma non lo si deve fare su tutti gli oli. Per intenderci, mentre il Dop prevede il *panel test*, nel nostro caso

è tutto oggettivo, non soggettivo: determiniamo e garantiamo che un certo olio è, ad esempio, della Sabina.

La qualità — questo è l'aspetto importante — la porta il territorio: la bottiglia d'olio diventa l'ambasciatore della Sabina, luogo integro. Se parliamo di formaggio di Asiago, sarà l'altopiano di Asiago!

GABRIELE CIMADORO. In pratica, la qualità è già nota!

ATTILIO MINAFRA, *socio AIKAL, project leader e proprietario del sistema « Sigillo informatico »*. È nel disciplinare! Ha perfettamente centrato il punto, perché l'olio della Sabina si raccoglie direttamente dai rami ed entro 36 ore viene portato al frantoio. Questi dati me li danno, in modo oggettivo, le analisi di laboratorio. Qui c'è il vero problema dell'opacità. In poche parole, con il Dop siamo sulla tracciabilità documentale, cosa che facciamo anche noi: noi cosa abbiamo aggiunto? Abbiamo aggiunto gli aspetti oggettivi, quindi, la caratterizzazione di laboratorio. Io posso fare dei controlli a campione dopo, quindi non devo farli su tutto. Siamo stati da poco presenti in Cina ad un evento, organizzato da l'Italia degli innovatori, dove hanno ben compreso il problema (dopo lo scandalo di Cerignola sull'olio di oliva hanno bloccato l'importazione di olio italiano), per cui mentre c'è una fascia commerciale che segue il consumatore con questo oggetto, c'è invece una fascia istituzionale, data dal CNR, riconosciuta a livello internazionale.

Ciò significa avere un profilo caratterizzato tramite l'analisi isotopica e il Ministero, per cui le dogane cinesi che vogliono avere una conferma che il tal lotto di un milione di bottiglie di olio viene dalla Sabina, non parlano assolutamente con il produttore che è coinvolto nell'affare o nel commercio, ma mandano il profilo al CNR che gli risponde (sempre se è stato firmato un accordo bilaterale, perché altrimenti i connettori sono ben chiusi) affermativamente, negativamente o con un forse.

Quanto al costo dell'etichetta, per l'olio parliamo di 80 centesimi per il servizio

extra, ovvero commercializzazione ed *e-commerce*, mentre di un costo minimo, per la sola tracciabilità, che si aggira sui venticinque centesimi. Questi sono i costi che si vanno a caricare su una bottiglia d'olio della Sabina. Stiamo parlando di numeri piccoli. Potete immaginare cosa ciò significhi in Puglia o in Toscana. Noi abbiamo fatto, appositamente, la presentazione del Sigillo a New York in data 11/11/11, a *Eataly*. Vi assicuro che sono stato per tre giorni a girare i supermercati, dove ho visto di tutto e di più: « importato dall'Italia » e via dicendo.

Io produco olio e rilevo che c'è un aspetto non banale nella questione: se infatti facciamo conoscere allo straniero un gusto che è quello spagnolo, non possiamo poi lamentarci se esso non sa nemmeno cos'è un olio italiano o un formaggio di Asiago. L'ex ministro Zaia, da quello che so, ha fatto un rimprovero, ad Asiago, a qualcuno che gli aveva detto che il latte Asiago non era comunque sufficiente per la produzione e che il latte era tutto buono ugualmente. Mi ricordo che Zaia rispose dicendo che se il disciplinare prescrive latte di Asiago per il formaggio di Asiago, deve essere così, altrimenti va chiamato « formaggio di montagna ». Sono questi gli aspetti molto importanti per noi.

Il *made in Italy* è riconosciuto in tutto il mondo. Cerchiamo di trasformare la globalizzazione al contrario, cerchiamo cioè di vendere — una parola che può sembrare brutta, ma è anche interessante — quello che si aspettano da noi: lo stile di vita, la qualità nel mangiare, giusto o sbagliato che sia.

GIAMPIETRO RAVAGNAN, *presidente della Commissione tecnica piattaforma tracciabilità presso il CNR*. Ancora, sulla

valutazione del costo, questo è un tipo di servizio indirizzato soprattutto per la produzione che va all'estero, perché lì si possono spuntare dei prezzi che sono certamente remunerativi, laddove, se si dà sicurezza al consumatore — che è molto più evoluto, nel senso che è molto più esigente — egli spende dei soldi, sapendo di poter vedere effettivamente che cosa compra grazie ad un garante dei dati che egli può vedere con il telefonino (cosa ormai possibile con il sistema di vendita attuale).

Sul mercato nazionale — e chiudo — questo sistema può servire per evitare dei mescolamenti commerciali, perché ci sono dei posti che usano un nome, ma non hanno l'olio relativo, che in realtà viene da altre parti.

PRESIDENTE. Questo è abbastanza evidente. Vi ringrazio molto per la disponibilità e la puntualità con la quale ci avete reso queste informazioni interessanti circa la vostra tecnologia. Vi confermo che, se riterrete utile fornirci ulteriori elementi, che dovessero essere resi noti in seguito, saremo lieti di acquisire tale materiale che ci invierete agli atti. Concludiamo, quindi, la serie odierna di audizioni. Grazie.

La seduta termina alle 14,30.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. VALENTINO FRANCONI

Licenziato per la stampa
il 29 maggio 2012.

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

€ 2,00



16STC0018500