

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

47.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 26 APRILE 2012

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE GIOVANNI FAVA

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:			
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3	Peserico Mario, <i>presidente dell'associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi</i>	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Audizione del dottor Mario Peserico, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi (Svolgimento e conclusione).		Rossi Luciano (PdL)	7, 9
Fava Giovanni, <i>presidente</i>	3, 5, 6, 7, 10	Sanga Giovanni (PD)	7
Merloni Maria Paola (PD)	8, 9	Comunicazioni del presidente.	
		Fava Giovanni, <i>presidente</i>	11

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIOVANNI FAVA.

La seduta comincia alle 12.30.

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

Sulla pubblicità dei lavori.

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

Audizione del dottor Mario Peserico, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Mario Peserico, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi. L'audizione odierna prosegue il ciclo di approfondimenti che la Commissione sta svolgendo in merito al fenomeno della contraffazione nel settore della moda. Faccio presente al nostro ospite che della presente audizione sarà redatto un resoconto stenografico e che, all'occorrenza, i lavori della Commissione possono procedere in seduta segreta. Invito il nostro ospite a svolgere la sua relazione, dopodiché, insieme ai colleghi, potremo porgli delle domande e delle richieste di approfondimento. Come ho anticipato, tutto ciò che viene detto oggi sarà registrato e riportato in un resoconto stenografico, diventando parte integrante dell'approfondimento che stiamo svolgendo nel settore della moda e del

tessile (in senso lato, della contraffazione dei prodotti nel settore di alta gamma). Sarà lei a dirci come stanno le cose. Do quindi la parola al dottor Mario Peserico.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi.* Buongiorno e grazie. Permettetemi di presentare brevemente Assorologi, l'associazione di categoria che raggruppa originariamente i distributori di orologeria in Italia.

In origine, i distributori erano aziende locali che rappresentavano marchi di diverse provenienze, mentre ora abbiamo modificato l'associazione perché lo scenario è completamente cambiato, posto che la gran parte delle aziende è rappresentata dalle filiali italiane di gruppi che spesso sono esteri. In realtà, rappresentiamo l'intero mercato orologiero, dall'alto al basso di gamma, con prodotti svizzeri, italiani, tedeschi, giapponesi: quindi, operiamo a largo spettro.

La contraffazione, indubbiamente, tocca tutti questi ambiti, con la specificità che l'acquisto di prodotti contraffatti di fascia alta inficia la vendita di prodotti di fascia bassa, una cosa che non credo accada, ad esempio, per la moda. Nel nostro mondo, il prodotto da 100, 150 o 200 euro, che copia un prodotto di fascia alta, sottrae vendita ai prodotti di fascia bassa.

PRESIDENTE. Purtroppo, questo capita anche in altri settori, in particolare in quello della pelletteria. Le borse di fascia alta – quelle notoriamente false – che vengono acquistate, rubano il mercato ai prodotti di bassa gamma. Ormai, la pel-

letteria nazionale – quella da 100, 200 o 300 euro – fa fatica a trovare mercato, perché la gente preferisce comprare un prodotto contraffatto.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Da cinque o sei anni – da quando cioè ha raggiunto una rappresentatività quasi completa del mercato orologiero italiano – Assorologi ha intrapreso una serie di attività volte a combattere la contraffazione. In particolare, segnalò una campagna di comunicazione con uno *slogan*, un *logo*, un *payoff*, che recita « non tutto quello che si porta al polso è legale » e l'immagine di due polsi con degli orologi a forma di manette che rappresentano, appunto, l'illegalità dell'acquisto contraffattivo; vi è poi un decalogo sulla contraffazione, che abbiamo veicolato soprattutto a livello stampa, che trovate all'interno delle cartelle; infine, ricordo un accordo con l'Agenzia delle dogane, che ha portato alla partecipazione attiva al portale *Falsobook* e allo studio approfondito del fenomeno della contraffazione, soprattutto tramite *internet*, vale a dire il mezzo che sta prendendo spazio in modo preponderante rispetto a quello tradizionale. Abbiamo analizzato – anche a questo proposito trovate una *brochure* – se è stato possibile fotocopiarla, perché era abbastanza pesante – relativa al fenomeno contraffattivo su *internet*, studiato insieme a una società di ricerca del *web*. Da tale studio abbiamo tratto dei risultati abbastanza drammatici. Valutando, per esempio, i primi 500 siti presenti nella ricerca di *Google* – ossia le prime cinquanta pagine con dieci siti ciascuna – arriviamo anche al 70 per cento di presenza di siti contraffattivi. L'altro aspetto molto importante di questa ricerca è dato dal fatto che anche i *social network*, ad esempio *Facebook* e *Twitter*, sono spesso veicoli che conducono a siti contraffattivi: nel caso di *Facebook* ciò avviene per il 7 per cento circa, mentre per *Twitter* si arriva addirittura al 40 per cento di *link* dal contenuto contraffattivo. Sorvolerei sulla definizione di contraffazione perché

credo che sappiate ciò meglio di chiunque altro. Quanto ai numeri di quest'ultima – ovviamente, si tratta di stime –, la quota degli orologi dovrebbe valere, all'incirca, il 5 per cento del mercato italiano, per circa 90 milioni di euro. Si stima, inoltre, che il 7 per cento degli italiani che acquistano prodotti falsi, scelgono un orologio contraffatto.

Come dicevo, in base alla ricerca su *internet* condotta con *Convey*, le pagine contraffattive risultano essere circa 1,4 miliardi e circa 300 milioni di orologi vengono proposti in vendita attraverso siti di *e-commerce* o aste. Ho già detto che *blog*, *forum* e altro veicolano discussioni e, molto spesso, conducono a *link* di siti di prodotti contraffatti. A tale proposito, anche nel caso di *Twitter* arriviamo a un 40 per cento di pagine indagate, dove è evidente il trampolino verso siti pericolosi. Le pagine che hanno una fondata ragione di essere sospettate come contraffattive costituiscono circa il 22 per cento del totale – vale a dire, circa 300 milioni rispetto al totale di 1,4 miliardi, di cui parlavamo – e il 35 per cento delle pagine del *web* tradizionale utilizza illegalmente i *brands* per vendere prodotti falsi. Come dicevo, si arriva fino al 70 per cento di pagine contraffattive, a fronte di una media di 32; fra tutti i *brands* analizzati (il nostro studio ne ha coinvolti 50), la media è quindi di 32 siti su 100, con un 40 per cento delle pagine pericolose che è ospitato da *server* americani.

In questa specialissima classifica, dopo gli Stati Uniti figurano la Cina, i Paesi Bassi, la Malesia e la Germania; stranamente, noi siamo presenti in modo meno importante. Ovviamente, dal punto di vista della contraffazione, la fascia alta è quella più colpita e questo costituisce l'altro aspetto più importante del fenomeno. Tralascerei anche tutti gli aspetti a cui la contraffazione nuoce e che ho elencato nella presentazione – ossia la salute, l'occupazione, la sicurezza, lo sfruttamento della manodopera, la concorrenza sleale, la perdita di valore, la sicurezza pubblica

e le entrate tributarie — perché, ovviamente, li conoscete. Accennerei, piuttosto, solo agli aspetti ai quali la nostra associazione e i *players* del nostro mercato sono maggiormente sensibili.

Da un lato, la contraffazione si è evoluta: una volta. Questa era esclusivamente di basso livello e proveniva dall'Estremo Oriente; adesso, quel tipo di contraffazione continua a provenire da quell'area ma l'evoluzione ha riguardato la contraffazione sull'alto di gamma, con prodotti apparentemente equivalenti a tale fascia. L'evoluzione si è avuta anche in termini di prezzo medio: se una volta esisteva il falso da 50 euro, adesso c'è quello da 500, che viene spacciato per vero mentre prima era chiaramente individuato come falso. Tutto questo ha determinato, come conseguenza, che la produzione non sia più in Estremo Oriente ma, molto più spesso, nel paese di riferimento: parlando di Europa e di Italia, proprio qui da noi. Pertanto, parti separate dell'orologio arrivano da fornitori esteri o vengono addirittura prodotti in Italia, ma l'assemblaggio è eseguito direttamente in Italia. Evidentemente, questo fenomeno è molto più difficile da tracciare, perché arrivano dei componenti che occupano molto meno spazio di quanto non occupasse precedentemente l'orologio finito; questi componenti vengono, quindi, assemblati localmente, anche attraverso competenze di alto livello: è capitato più di una volta che fossero orologiai o riparatori ufficiali di marche, anche importanti, a svolgere questa attività parallela. Per quanto riguarda la provenienza dal *Far East*, negli ultimi anni — anche per la crisi economica — i cancelli di ingresso sono stati soprattutto la Grecia e l'Olanda. Per quanto riguarda l'altro aspetto, l'orologio viene poi assemblato *in loco*.

PRESIDENTE. Olanda, cioè, Rotterdam?

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria — Assorologi*. Sì, ma anche

Amburgo. Questi sono i due porti principali di collegamento. Come si è detto anche in una serie di tavole rotonde a cui abbiamo partecipato, Assorologi si proponeva di trovare il modo di dare un maggiore collante agli organi investigativi, i quali, spesso, si trovano ad individuare degli acquisti di prodotto contraffatto ma non possono o non riescono a mettere in relazione tali acquisti con altri effettuati dalle stesse persone ma individuati da altri organi inquirenti. In Svizzera, accade già che le case madri — le marche, comunichino alla Federazione orologiera svizzera i nomi di chi ha acquistato il prodotto contraffatto. Piacerebbe anche ad Assorologi poter fare la stessa cosa, cioè, creare una banca dati che raccolga i dati provenienti dai diversi organi inquirenti — che spesso non riescono a comunicare fra loro — e pubblicizzare il possesso di questa banca dati, affinché questo funga da deterrente per chi delinque pensando che un singolo episodio non venga messo in relazione con un altro. È un proposito abbastanza difficile e costoso, tuttavia, parlando con la Guardia di finanza e con l'Agenzia delle dogane, ci è sembrato utile tentare di esperirlo. L'altro aspetto di difficoltà, di cui abbiamo già parlato, è quello normativo, ossia la depenalizzazione dell'acquisto di prodotto contraffatto e la sola ammenda, come rischio, per l'acquirente. Per certi versi, questa previsione potrebbe essere anche positiva, ove venisse effettivamente applicata secondo quanto previsto ma, il più delle volte, ciò non accade, rischiando di diventare più debole rispetto a una minaccia penale, così come poteva essere quella precedentemente ipotizzata. L'ultimo aspetto importante che, purtroppo, rileviamo è che le associazioni, i comuni, le province, le regioni, insomma, chi promuove delle iniziative legate alla lotta alla contraffazione, faccia ciò sostanzialmente da solo. Per esempio, noi ci troviamo a lanciare un'iniziativa sulla contraffazione, senza magari sapere che la regione ne ha

inaugurata una sulla tutela del *made in Italy* o che farà ciò quindici giorni dopo, oppure senza sapere che c'è la giornata anticontraffazione indetta per un'altra data.

Sarebbe auspicabile sfruttare certe concomitanze, certe iniziative e certi *budget*, ovviamente, per promuovere iniziative comuni, come raramente riusciamo a fare, anche all'interno della stessa Confindustria, dove esistono realtà, come Federmoda e così via, che evidentemente hanno sensibilità simili alle nostre.

PRESIDENTE. Presidente, comincerei subito a porle qualche domanda giacché, come lei ricordava, noi abbiamo già avuto modo di confrontarci nell'ambito di una tavola rotonda che avete organizzato a Milano qualche tempo fa — alla quale ho partecipato anche io — sul tema più generale della ricerca *Convey* e dei dati emersi sul tema della contraffazione, soprattutto attraverso *Internet*. Prima lei ha affermato un concetto che ha catturato la mia attenzione: lei ha detto che è finita l'epoca del falso di importazione *tout court* ed è iniziata un'epoca in cui — cosa che sapevamo già con riferimento a borsette o capi di abbigliamento —, anche per gli orologi, esiste una catena del falso italiano: questa per me rappresenta una novità. Vorrei chiederle se esistano, a vostra conoscenza, delle esperienze in tal senso, ossia se non possa ricordarci dove, per esempio, sia avvenuto un tale sequestro, oppure dove sia stato scoperto un laboratorio abusivo che produceva merci contraffatte in Italia e dove, dal vostro punto di vista, questi potrebbero essere concentrati (anche qualora, allo stato attuale, nessuno abbia provveduto a farli chiudere o a sequestrare).

MARIO PESERICO, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria — Assorologi. Un punto debole della nostra associazione consiste nel fatto che, molto spesso, nel perseguire certi fenomeni, le marche agiscono singolarmente. L'Associazione ha, evidentemente, delle difficoltà in tal senso, perché do-

vrebbe ripartire certi procedimenti *pro quota*, ciò diventando molto complicato. Infatti, per noi non sono visibili le attività che tutte le aziende hanno svolto per la propria tutela. Personalmente, posso dire che, per quanto riguarda la mia azienda, abbiamo scoperto un riparatore ufficiale in zona vesuviana dove, a detta dei concessionari locali, ve ne sarebbero anche altri che, sempre in quella zona, agirebbero nello stesso modo (noi, però, abbiamo individuato soltanto lui). Temo anche che, data l'esistenza di legami con la criminalità, ciò comporti delle ripercussioni per quanto li riguarda. Nel nostro caso, tuttavia, avevamo individuato un concessionario ufficiale, che aveva anche un centro assistenza, il quale aveva a disposizione delle placche ufficiali della marca e duplicava i quadranti; inoltre rifaceva le casse, così ottenendo orologi apparentemente originali a tutti gli effetti.

PRESIDENTE. Se usavano placche originali, al di là della qualità della materia prima, credo che fosse anche abbastanza facile far ciò. Dunque, immagino che avrete proceduto a denunciarli.

MARIO PESERICO, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria — Assorologi. Sì, assolutamente; peraltro, il soggetto in questione era già stato in galera per breve tempo, a fronte di un procedimento tutt'ora aperto e non è ancora arrivato a termine.

PRESIDENTE. Su questo versante, lei ritiene che la vostra associazione possa essere in grado — ovviamente sensibilizzando gli associati — di farci pervenire qualche traccia di precedenti analoghi a quello che lei ha appena citato o anche di altre esperienze simili che individuino quale possa essere questo filone e dove possa esistere? Essendo la nostra una Commissione d'inchiesta, noi prendiamo ovviamente spunto dalle informazioni che ci vengono date. Devo ribadire che, mentre ci era ben noto il problema della com-

mercualizzazione in *Internet* di questi orologi, meno noto era, invece, il fatto che esistesse addirittura un mercato parallelo nazionale. Sarebbe possibile, secondo lei, magari sensibilizzando i vostri associati, far giungere alla Commissione qualche dato su iniziative analoghe, anche solo su riferimenti espliciti ad iniziative della Guardia di finanza o dei Carabinieri, che ci diano in modo specifico un quadro della problematica legata agli orologi, individuando i territori coinvolti in modo preciso? Quest'ultimo, infatti, è un altro tema, perché sappiamo che anche il mondo della contraffazione ha ormai i propri distretti, cioè, zone particolarmente dedicate a determinate tipologie.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Ritengo assolutamente di sì.

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

GIOVANNI SANGA. Innanzitutto, mi consenta di porgerle una domanda per capire meglio: la vostra associazione opera autonomamente oppure è legata, più in generale, ai grandi raggruppamenti delle associazioni di categoria, ad esempio Confindustria o Unione Artigiani...

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Confcommercio! Tuttavia, all'interno di Confcommercio siamo un'associazione autonoma.

GIOVANNI SANGA. Ho visto che curate anche l'aspetto della produzione e non solo della distribuzione.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Originariamente, la nostra associazione si chiamava Angro (Associazione nazionale grossisti orologiai) dove c'erano grossisti e produttori di orologeria; tutti i marchi italiani

all'interno della nostra associazione, quindi, sono anche produttori, anche se magari poi non producono in Italia. I gruppi Binda, Lorenz e Locman sono marchi italiani.

GIOVANNI SANGA. Per quanto attiene agli ambiti più diffusi della contraffazione, lei ha insistito molto sul canale di *Internet*. Immagino che questo canale sarà affiancato, a sua volta, dal canale degli ambulanti ordinari che troviamo comunemente per strada o altrove. Possono esserci anche canali alternativi, che magari avete riscontrato? Mi sembra che la vostra attenzione si sia concentrata molto, invece, sulla diffusione attraverso *Internet* (posso anche capire il perché, considerato cosa può rappresentare l'orologio). Infine, vorrei svolgere un'altra considerazione sulla questione del coordinamento. Anche noi rileviamo questo problema che lei solleva, perché conosciamo tanti soggetti che si occupano di contraffazione a titolo diverso e non è sempre facile riunirli attorno allo stesso tavolo per svolgere un'azione coordinata che possa essere anche efficace sul piano dei risultati. Grazie.

LUCIANO ROSSI. Mi scuso per il ritardo. Farò mia, in nome e per conto del Popolo della Libertà, la documentazione che ci ha consegnato per compiere delle valutazioni. Ringraziandola della presenza, vorrei raccogliere un passaggio che lei ha rappresentato, laddove ha parlato di assemblaggio di pezzi originali, a Napoli se ho ben capito. Se, però, il pezzo era originale...

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Non originali!

LUCIANO ROSSI. Ma ha parlato di placche originali...

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. In questo caso, ho parlato di placche originali perché questo signore, essendo impiegato in un

nostro centro assistenza autorizzato – per la marca per la quale lavoro – disponeva di placche originali, quindi, produceva quadranti con l’incisione che era a tutti gli effetti quella proveniente da materiale ufficiale della marca. Di fatto, tuttavia, bisogna scindere i vari casi. Noi rappresentiamo tante aziende svizzere che hanno la produzione in Svizzera e da lì, di certo, non provengono parti originali che poi servono alla contraffazione (anche se un episodio c’è stato in quel paese, quando un produttore svizzero ha utilizzato dei movimenti originali per produrre orologi non « autorizzati »). Nel caso, invece, di produttori, per esempio italiani, c’è il rischio che ci siano dei fabbricanti che non sono in Italia – ma magari in Estremo Oriente – che oltre a produrre per l’azienda che dà loro mandato, producono anche quantità parallele, con qualche eccesso di produzione. Per tornare, invece, a quanto mi chiedeva prima, l’altro canale che ci preoccupa e sul quale abbiamo trovato, più volte, il prodotto contraffatto, è quello televisivo. Ci sono tanti programmi di vendite e aste televisive da cui è difficile comprendere se il prodotto sia vero o meno, perché spesso ciò è possibile appurarne solamente aprendo il fondo dell’orologio e verificando il movimento. Ormai, infatti, per produrre una cassa basta prenderne una originale, eseguire una scansione, usare una macchina cinque assi ed ecco riprodotta, per esempio in Cina, la stessa cassa a un decimo del costo (magari, anche i quadranti si possono produrre in modo tale da sembrare originali). Quindi, nel canale televisivo, al di là della vendita di un prodotto usato che è spacciato per nuovo, è capitato che si individuassero casi di contraffazione.

MARIA PAOLA MERLONI. Io avrei una curiosità. Metterei da parte il caso della Cina, posto che si tratta di una sorta di mondo a parte: esistono infatti, ormai, dei *business* legati ai viaggi verso l’Estremo Oriente o in Cina, dove i *tour operators* organizzano dei giri nei luoghi in cui acquistare abbigliamento o orologeria, evidenziando le diverse casistiche, laddove un

prodotto è meglio o uguale all’originale, oppure è vero ma non è ufficiale e via dicendo; tutto questo avviene sia per i viaggi *low cost*, sia per le missioni ufficiali, quindi, lascerei da parte l’argomento Cina. Prima, però, lei ha riferito una circostanza che ho constatato di persona, cioè, che il livello della contraffazione si è perfezionato – è migliorato – nell’offerta di un prodotto più simile a quello vero, ma anche con costi sicuramente maggiori. Se, un tempo, un orologio contraffatto di una marca svizzera – sono quelle che hanno un maggiore *appeal* – costava una cifra *x*, oggi quella cifra è moltiplicata per cinque, per sei o per sette. Se, poi, si confrontano due orologi dello stesso modello, uno vero e uno finto, a volte è davvero difficilissimo distinguerli e sorge anche il dubbio che una data merce sia contraffatta o meno. Vorrei dunque chiederle se non sia possibile che tra questi prodotti venduti nelle fasce più alte della contraffazione, ve ne siano alcuni che appartengono a un *business* di riciclaggio o di furti. In altre parole, mi domando se non sia possibile che esista una spirale che si alimenta al proprio interno. Infatti, le persone che vendono una merce contraffatta di qualità superiore sono poche e tra di loro si conoscono. Nella mia esperienza personale, nella spiaggia in cui vado d’estate, nonostante il sindaco abbia proibito la vendita di merce contraffatta e previsto multe sia per chi acquista, sia per chi vende, la situazione è angosciante. Tra i tanti ambulanti che girano, però, c’è sempre quello che vende le cose più belle; allora, sorge il dubbio che, invece di essere merce contraffatta assemblata in Italia, magari sia proprio rubata, ripulita e sistemata.

MARIO PESERICO, *presidente dell’Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi*. Ci sono, indubbiamente, anche i prodotti rubati, ripuliti e spacciati per nuovi o, comunque, per originali (in quest’ultimo caso, di fatto, sono tali, ma se c’è stato un furto si configura un altro tipo di reato). Indubbiamente, c’è anche questo aspetto, posto

che esistono entrambi i fenomeni. Diverse volte è capitato che i concessionari ufficiali abbiano ricevuto in riparazione degli orologi che essi stessi hanno creduto essere ufficiali e li abbiano inviati alla casa madre per l'intervento di riparazione; quest'ultima, però, si è poi accorta che non erano originali, perché il movimento non era tale. Realizzare una cassa uguale all'originale è possibile: sta alla sottigliezza dei marchi apporre dei riconoscimenti che neppure lo stesso falsario possa riconoscere. Molti, ad esempio, appongono una lettera dopo un numero, che cambia in funzione del giorno, mese o anno di produzione e che, difficilmente, il falsario può abbinare ai numeri corretti. Le aziende stanno correndo sempre di più ai ripari, ma il vero problema è la conoscenza che di ciò ha il consumatore. Nel momento in cui egli acquista un prodotto che, a tutti gli effetti, a lui pare vero, il danno è fatto. Spesso, poi, un problema accessorio è emerso laddove proprio il negoziante non ha riconosciuto il prodotto falso e il privato che glielo ha portato, credendolo vero — poniamo anche in buona fede —, gliene chiede un altro!

MARIA PAOLA MERLONI. Lei sarà al corrente del fatto che tante persone comprano orologi falsi, li ripongono nelle scatole di quelli veri e li lasciano in casa per paura dei furti! Questo accade soprattutto d'estate, allorché, per paura di essere derubati del prodotto vero o per non rischiare un contrasto forte con i ladri, si lasciano due orologi falsi nella confezione di quello originale, da offrire, eventualmente, come merce di scambio.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria — Assorologi*. È chiaro che bisogna avere i materiali e le competenze per analizzare il prodotto, perché i prodotti contraffatti — al di là del fatto che costano meno perché non hanno costi di *marketing*, di produzione e numerosi altri costi accessori — presentano materiali diversi da quelli degli originali. Nell'orologeria, con riferimento all'alto di gamma,

l'acciaio è il 316 L, ossia l'acciaio *inox* totalmente anallergico, con tutte le attenzioni del caso; i cinturini sono trattati e anallergici, in cocodrillo della Louisiana, che proviene da allevamenti verificati, dove gli animali vivono in un certo modo e vengono uccisi in un certo modo. Un giorno, la televisione tedesca ha trasmesso uno speciale che mostrava come venivano uccisi i pitoni in Indonesia e collegava il fenomeno all'industria orologiera; onestamente, di cinturini di pitone sugli orologi ne avrò visto uno su un milione ma, in ogni caso, è evidente che se si comprano cinturini di pitone in Indonesia, si corre il rischio che gli animali non siano stati trattati come negli Stati Uniti.

LUCIANO ROSSI. Mi risulta che addirittura anche i contenitori degli originali abbiano un certo prezzo di mercato (le famose scatole di cui parlava la collega Merloni). La mia domanda, però, ricorrente e sistematica nella nostra Commissione — ringrazio ancora il presidente Fava anche per questa occasione — riguarda la mancata sinergia tra i soggetti demandati a svolgere determinate funzioni. Lei ha qualche sollecitazione, qualche suggerimento ed eventualmente anche qualche critica costruttiva da fare? Le chiedo ciò per raccogliere situazioni che mi auguro possano essere veicolate verso una sinergia necessaria per affrontare un problema crescente, dove la qualità del prodotto contraffatto cresce in maniera esponenziale e si fa veramente fatica a decodificarla.

MARIO PESERICO, *presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria — Assorologi*. Alla base dell'acquisto di prodotto contraffatto, salvo la malafede di qualche caso, c'è un aspetto culturale: spesso, l'acquisto di questo tipo di prodotto è considerato un gioco e, soprattutto nei giovani, non è percepito come un vero e proprio reato, come un danno alle aziende. Vi è, quindi, un problema culturale. L'aspetto di sinergia è

fondamentale perché si possa fare cultura su questo argomento. Io non conosco tutti i meccanismi di coordinamento fra le varie attività dello Stato ma, ad esempio, l'Alto Commissariato per la lotta alla contraffazione, per quello che ci riguarda, svolgeva un ottimo lavoro. Non so bene che collaborazioni vi fossero in precedenza...

PRESIDENTE. Non c'era quando sono arrivato!

MARIO PESERICO, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi. Da quel punto di vista, tale organismo lavorava bene – o meglio, aveva iniziato a lavorare, perché era attivo da poco – e credo che potesse dare degli *input*, a cascata, ai comuni, alle regioni e alle province per svolgere attività, giornate dedicate, eventi di formazione, nello stesso momento o in momenti conseguenti l'uno all'altro, in modo da dare continuità all'attività. Queste modalità dovrebbero essere semplicemente discusse e definite ma, certamente, un'attività centrale poteva coordinare attività o iniziative che, altrimenti, il sindaco di Firenze farà su Ponte Vecchio domani mattina e Formigoni il mese dopo a Milano.

PRESIDENTE. In realtà, per questo fine c'è anche il CNAC, il Consiglio nazionale anticontraffazione, che dovrebbe coordinare questo tipo di attività. Poiché ci avviamo alla conclusione, vorrei fare due brevi riflessioni, o meglio, la prima è una riflessione seria, la seconda è una battuta. La riflessione seria è che noi abbiamo contezza del fatto che la Guardia di finanza, soprattutto nel Nord-Est, ha condotto una serie di operazioni – prima le ho poste una domanda proprio per capire se i vostri associati hanno avuto riscontri in tal senso – con le quali hanno sgominato organizzazioni vere e proprie, dedite, tra l'altro, anche al traffico di orologi contraffatti. La battuta deriva, invece, da una osservazione della Guardia di finanza. In una nostra recente missione a Napoli, la Guardia di finanza ci ha raccontato che, dall'inizio dell'anno a quando

ci siamo recati lì – dunque, nei primi due mesi e mezzo dell'anno circa –, erano stati rubati in città – perlomeno, stando ai casi denunciati – circa 91 orologi. A tale proposito, ci ha fatto sorridere il fatto che, forse, avremmo bisogno che qualcuno di quei signori ci facesse da consulente, perché nemmeno uno di questi orologi era risultato contraffatto! I ladri in quella città hanno avuto la possibilità di scegliere, tra tanti orologi – molti dei quali probabilmente erano contraffatti – ma non ne hanno sbagliato uno!

In definitiva, dunque, esiste ancora una certa « manualità », da questo punto di vista, che fa la differenza. Ovviamente, partendo da un'osservazione vera, la mia era una battuta per dire che il tema è assolutamente sentito. Nel caso dei furti, è diventato sempre più difficile anche quel « giochino » di cui parlavamo prima, perché i ladri, soprattutto quelli che lo fanno per mestiere, si sono molto specializzati e sanno distinguere bene il vero dal falso.

MARIO PESERICO, presidente dell'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria – Assorologi. Volevo aggiungere che, in effetti, abbiamo notizia, sia per ciò che arriva da Assorologi, sia, soprattutto, per ciò che arriva dalle singole aziende quando ci sono dei sequestri che riguardano le marche, di un'attività che – a quanto ci consta – è in incremento. Spesso, la difficoltà è quella di poter procedere a delle perizie, perché queste sono costose e vanno fatte inviando una persona a periziarle; poiché non si accettano perizie a distanza, a volte questo comporta dei problemi di costi e di incolumità, perché talvolta si rischia anche, in certe zone; infine, in alcuni casi, non si dà corso a certi sequestri perché un conto è un sequestro di 500 orologi, altra cosa è il sequestro di un orologio soltanto.

PRESIDENTE. Esatto, il valore a volte non depone a favore dei costi. La ringraziamo. Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta sospesa alle 13,05, riprende alle 13,10.

Comunicazioni del presidente.

PRESIDENTE. Comunico che l'Ufficio di presidenza della Commissione, integrato dai rappresentanti dei gruppi, all'esito della riunione appena svoltasi, ha deliberato che una delegazione della Commissione svolga, nel mese di giugno, una missione di studio a Londra, al fine di approfondire i fenomeni della diffusione delle merci contraffatte e delle merci

usurpative in campo commerciale mediante l'analisi delle iniziative di contrasto intraprese dalle istituzioni e dagli organismi competenti in materia nel Regno Unito.

La seduta termina alle 13,15.

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

DOTT. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa
il 18 giugno 2012.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

€ 1,00



16STC0018990