

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SUI FENOMENI DELLA CONTRAFFAZIONE,
DELLA PIRATERIA IN CAMPO COMMERCIALE
E DEL COMMERCIO ABUSIVO**

RESOCONTO STENOGRAFICO

1.

SEDUTA DI GIOVEDÌ 11 SETTEMBRE 2014

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **MARIO CATANIA**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Garofalo Vincenzo (AP)	12
Catania Mario, <i>Presidente</i>	3	Guidi Federica, <i>Ministro dello sviluppo economico</i>	3, 18
Audizione del Ministro dello sviluppo economico, Federica Guidi:		Mongiello Colomba (PD)	15
Catania Mario, <i>Presidente</i>	3, 10, 18, 20	Russo Paolo (FI-PdL)	14
Cenni Susanna (PD)	10	Taranto Luigi (PD)	17
Fantinati Mattia (M5S)	14	<i>ALLEGATO: Relazione presentata dal Ministro dello sviluppo economico Federica Guidi</i>	21
Gallinella Filippo (M5S)	12		

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
MARIO CATANIA

La seduta comincia alle 14.10.

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

Sulla pubblicità dei lavori.

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

(Così rimane stabilito).

Audizione del Ministro dello sviluppo economico, Federica Guidi.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del Ministro per lo sviluppo economico, Federica Guidi.

Come Commissione abbiamo ritenuto che fosse fondamentale iniziare il nostro lavoro con un'audizione del ministro di riferimento per la problematica della contraffazione. Il MISE è il ministero a cui fanno capo una serie di funzioni di amministrazione diretta ma anche di coordinamento in materia di contraffazione. Quindi, nessuno più del Ministro Guidi poteva essere titolato a dare avvio al nostro lavoro.

Do la parola al Ministro Guidi, che ci esporrà il suo punto di vista e le sensibilità sue e dell'Amministrazione su questa materia.

FEDERICA GUIDI, *Ministro dello sviluppo economico*. La ringrazio, signor presidente.

In virtù di concomitanti impegni che mi attendono al Ministero, chiedo fin d'ora la disponibilità ad accettare che, dopo aver raccolto le vostre sollecitazioni, magari mi riserverò di rispondervi in un momento successivo, per iscritto. Naturalmente sono anche disponibile a ritornare personalmente.

Vorrei darvi all'inizio un breve quadro di riferimento anche come impatto del fenomeno della contraffazione a livello economico, prima di entrare su alcuni temi specifici.

Certamente va innanzitutto sottolineato che la contraffazione è un fenomeno pervasivo, esteso ormai a tutti i settori produttivi e caratterizzato da una specializzazione territoriale e anche da flessibilità rispetto a mutevoli esigenze di mercato. È certamente un fenomeno globale, nella produzione e nei consumi, tanto che a livello internazionale si stima che il valore dei prodotti contraffatti commercializzati nel mondo possa arrivare entro il 2015 a 960 miliardi di dollari.

Inoltre, va sottolineato, come terzo fattore, che la contraffazione è ampiamente dominata dalla criminalità organizzata. Ritengo che, anche alla luce di queste caratteristiche, si debba considerare che le conseguenze economiche e anche sociali del fenomeno sono rilevanti. Dunque, si deve cercare di mettere in campo tutti gli strumenti e le pratiche di contrasto.

Cito, dal rapporto MISE-Censis 2014, alcuni dati che riteniamo significativi attinenti all'impatto del fenomeno sugli operatori economici, quindi Stato, imprese e consumatori. Il fatturato in Italia è pari a 6 miliardi 535 milioni di euro.

La contraffazione sottrae al sistema economico legale nazionale 17 miliardi 773 milioni di produzione, 6 miliardi 400 milioni di valore aggiunto (corrispondenti allo 0,45 per cento dell'intero PIL italiano), 5 miliardi 280 milioni di entrate erariali, quindi il 2 per cento del totale delle entrate, 105 mila unità di lavoro (pari circa allo 0,44 per cento dell'occupazione complessiva nazionale).

Questi sono dati complessivamente in lieve calo rispetto a una precedente rilevazione riferita ai dati 2010. È un calo che in qualche modo si spiega anche con la crisi economica in atto, nel senso che naturalmente la crisi economica ha impatto anche su questo settore, e con il calo dei consumi e del potere di acquisto delle famiglie, che evidentemente si ripercuote in tutti i settori di spesa, anche quelli relativi ai prodotti contraffatti.

Comunque, questo conferma l'ipotesi che il mercato del falso segue sostanzialmente lo stesso *trend* del mercato legale, quindi non sembrerebbe avere un andamento anticiclico, da questo punto di vista.

Chi danneggia la contraffazione? La contraffazione danneggia direttamente le imprese. Esiste la consapevolezza di questo danno e anche la conseguente adozione di strumenti di tutela; tuttavia, esiste soprattutto a livello di grandi imprese, in particolare quelle detentrici di marchi noti e di brevetti, e quelle importanti. Viene invece espressa in maniera un po' più generalizzata dalle piccole o medie imprese, che certamente risentono della concorrenza sleale dei contraffattori, ma manifestano una certa resistenza e riluttanza anche a mettere in atto delle forme di tutela, *in primis* il ricorso ai titoli di proprietà industriale, probabilmente anche per i costi di questi strumenti di tutela.

Sempre in base al rapporto MISE-Censis del 2014 che citavo prima, oltre il 46 per cento degli intervistati afferma che l'acquisto di merce contraffatta è un'abitudine in crescita fra i consumatori, in particolare con riferimento ad articoli di

abbigliamento e accessori, e lo stesso campione ipotizza che sul proprio territorio venga prodotta anche merce falsa.

La contraffazione, come è evidente, danneggia anche i consumatori che, in alcuni casi, in relazione ad alcune tipologie particolari di prodotti contraffatti, sono anche complici del fenomeno. Il 20 per cento dei consumatori italiani compra merce contraffatta e tra i giovani di età compresa fra i 18 e i 25 anni circa il 75 per cento sono consumatori consapevoli.

Per altre categorie, come ad esempio farmaci o prodotti agroalimentari, i consumatori sono invece degli acquirenti pressoché inconsapevoli.

Questa attività di indagine delle autorità e di *enforcement* a tutela dei consumatori, come dirò successivamente, si sta sempre più focalizzando anche sulle piattaforme di commercio *on line*, dove in misura sempre crescente — anche qui è una questione di adeguamento alle nuove modalità di vendita — vengono individuate versioni contraffatte o falsificate di farmaci, pesticidi, apparecchiature domestiche, ricambi auto, che sono anche potenzialmente pericolosi e letali per i consumatori.

Questo è il quadro di riferimento, con alcuni numeri che riguardano il contesto e l'impatto economico.

Qual è l'assetto istituzionale della lotta alla contraffazione e quindi il ruolo del CNAC (Consiglio nazionale anticontraffazione)? A seguito di questo quadro di impatto socioeconomico che denota una criticità che abbiamo nel nostro Paese, dobbiamo sottolineare come l'Italia costituisca comunque un modello evoluto di lotta alla contraffazione, dato che noi abbiamo già messo in atto efficaci strumenti e anche pratiche di contrasto a un fenomeno che è in forte diffusione e anche chiaramente preoccupante.

Il sistema nazionale anticontraffazione può contare, infatti, oltre che su un assetto legislativo avanzato, anche su un assetto istituzionale particolarmente articolato. Nel 2009, con la creazione della Direzione generale per la lotta alla contraffazione e la tutela dei titoli di pro-

prietà industriale – Ufficio italiano brevetti e marchi, il MISE ha assunto il ruolo di autorità nazionale responsabile della formulazione delle politiche per la lotta alla contraffazione.

Questa Direzione generale include la competenza sia in materia di lotta alla contraffazione sia in materia di registrazione dei titoli di proprietà industriale, nell'ottica di valorizzare la funzione del sistema della proprietà industriale anche come una delle principali leve di crescita del nostro PIL, quindi anche di crescita occupazionale.

Nel 2010, proprio a testimoniare il costante impegno e l'attenzione sempre crescente nei confronti di questo fenomeno, è stata istituita la Commissione parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale.

Da ultimo, nel 2011 è stato costituito il Consiglio nazionale anticontraffazione, che ha sede presso il Ministero dello sviluppo economico, che riunisce tutti gli operatori del sistema anticontraffazione italiano.

Il Consiglio nazionale anticontraffazione, che è l'organismo interministeriale con funzioni di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ogni amministrazione in materia di lotta alla contraffazione, ha dodici membri, quindi è un Comitato interministeriale particolarmente ampio. Vi partecipano undici ministeri – sviluppo economico, economia e finanze, affari esteri, difesa, politiche agricole, interno, giustizia, beni e attività culturali, lavoro e politiche sociali, salute e funzione pubblica – più l'ANCI, l'Associazione nazionale dei comuni italiani. È presieduto dal Ministro dello sviluppo economico. Proprio in questi giorni ho provveduto a delegare il sottosegretario Vicari a presiedere le riunioni del CNAC e a curarne anche le relative attività.

Il CNAC coinvolge, come ho evidenziato prima, tutti i soggetti che sostanzialmente si occupano di lotta alla contraffazione, quindi forze dell'ordine, associazioni imprenditoriali, associazioni dei consumatori, sia a un livello più strategico, con le

Commissioni permanenti delle forze dell'ordine e delle forze produttive e dei consumatori, sia a un livello più operativo, con le Commissioni tematiche.

Le Commissioni tematiche hanno in particolare il compito di suggerire azioni e strumenti concreti per affrontare il problema della contraffazione in alcuni ambiti prioritari individuati dal Consiglio. Questo particolare meccanismo di *governance* ha reso obiettivamente anche più efficace il sistema nazionale anticontraffazione, anche perché ha permesso, per la prima volta, nel nostro Paese di esprimere in poco tempo anche dall'insediamento del Consiglio (avvenuto a dicembre 2010) una progettualità già sintetizzata e unitaria in materia di lotta alla contraffazione, con il Piano nazionale anticontraffazione.

Che cos'è il Piano nazionale anticontraffazione? È sostanzialmente il quadro strategico per la lotta alla contraffazione a livello nazionale, che indica gli indirizzi per orientare l'azione delle amministrazioni e anche di coloro che hanno la responsabilità politica, i *policy maker* impegnati al contrasto di questo fenomeno.

Questo ha segnato una svolta rispetto al *modus operandi* del passato, nell'affrontare proprio da un punto di vista strategico la lotta alla contraffazione, prima di tutto per la *governance* che ho detto prima, che si ritiene particolarmente efficace, ma anche per questo approccio *bottom up* adottato che ha preso le mosse da una considerazione se vogliamo semplice, ma crediamo efficace, ossia che si debba partire dalle esigenze concrete di chi è danneggiato per capire quali sono gli strumenti più efficaci per reagire. Quindi, i soggetti che sono maggiormente danneggiati dalla contraffazione sono da un lato le imprese, dall'altro i consumatori.

Il Piano nazionale è stato infatti costruito lavorando *in primis* insieme a questi soggetti, che sono rappresentati in seno al CNAC attraverso le Commissioni permanenti e le Commissioni tematiche, soprattutto per individuare quali sono gli ambiti in cui è prioritario intervenire, quindi di conseguenza quali sono gli strumenti migliori per intervenire.

Il Piano nazionale anticontraffazione ha indicato sostanzialmente sei ambiti prioritari in materia di lotta alla contraffazione: comunicazione, informazione e formazione destinate ai consumatori; *enforcement*; rafforzamento dei presidi territoriali; lotta alla contraffazione via *internet* (segno dei tempi); formazione alle imprese in tutela della proprietà industriale; tutela del *made in Italy* dai fenomeni di usurpazione all'estero.

Nel Piano nazionale anticontraffazione sono anche contenute cinquanta *best practice*, quindi progetti anticontraffazione già realizzati che hanno fatto fino a oggi da modello per l'ideazione e la realizzazione di iniziative in ciascuno di questi sei ambiti prioritari che ho delineato prima.

In particolare, per quanto attiene l'ambito relativo al primo punto, ossia comunicazione, informazione e formazione destinate ai consumatori, credo sia importante sottolineare che si lotta contro la contraffazione sostanzialmente cercando di indebolire la domanda da parte dei consumatori. Per fare questo bisogna sensibilizzare i consumatori circa la natura del fenomeno, naturalmente sottolinearne il più possibile la pericolosità per la salute e per la sicurezza delle persone, ma anche il riverbero negativo a livello di sistema economico nazionale.

Tutte queste fattispecie sono sostanzialmente riassumibili a titolo esemplificativo in una categoria merceologica come quella dei giocattoli, che è emblematica in quanto in questa categoria sono racchiusi tutti i fenomeni che citavo prima.

Noi riteniamo che tutto questo debba essere realizzato integrando tutta la filiera del percorso di sensibilizzazione — quindi comunicazione, informazione e formazione — con un'attenzione particolare rispetto ai giovani.

In particolare, ci sono tre iniziative che il Ministero dello sviluppo economico ha avviato in questo ambito. La prima è la campagna nazionale di comunicazione in materia di proprietà industriale e lotta alla contraffazione, realizzata anche in collaborazione con la Presidenza del Consiglio

dei ministri, con lo *slogan* « Difendi la proprietà industriale e fai crescere le tue idee ».

La seconda iniziativa sono le attività di educazione, di informazione e di formazione dirette sia agli insegnanti sia agli alunni delle scuole primarie e secondarie sulla tutela della proprietà industriale e sulla lotta alla contraffazione, naturalmente in collaborazione con il Ministero dell'istruzione, allo scopo di far capire a coloro che saranno domani i nuovi consumatori o magari i nuovi imprenditori quale sia il valore strategico dell'iniziativa inventiva quale leva di sviluppo della società in cui i nostri giovani vivono. Inoltre, si tratta di far capire quanto grande sia il disvalore della contraffazione quale freno alla creatività e come tutto ciò sia fonte di attività criminale.

La terza è un'iniziativa di sensibilizzazione verso i cittadini in questo caso realizzata anche in collaborazione con le associazioni di consumatori, che mira a coinvolgere attraverso progetti i consumatori stessi nella lotta alla contraffazione, anche con sportelli di assistenza che le associazioni gestiscono sul territorio o comunque con strumenti di comunicazione, di informazione, di *marketing* un po' innovativi.

Altro obiettivo prioritario che il Piano nazionale anticontraffazione si è posto è il rafforzamento del presidio territoriale. La contraffazione va combattuta in maniera capillare, anche per impedire il radicamento dell'illegalità a livello territoriale. In questo senso, il Ministero dello sviluppo economico ha finanziato, per un totale di 1,5 milioni di euro, il Programma nazionale di azioni territoriali anticontraffazione realizzato da ANCI.

Questo programma ha dato ai comuni la possibilità di organizzare delle attività e delle iniziative per promuovere, diffondere e coordinare meglio nuovi strumenti e pratiche innovative per il contrasto del fenomeno della contraffazione e delle attività illegali. I comuni che si sono aggiudicati le risorse messe a disposizione dal ministero sono stati 27.

Come abbiamo detto, la contraffazione si combatte alzando il livello di consapevolezza da parte dei titolari dei diritti di proprietà industriale, integrata anche dalla conoscenza degli strumenti giuridici messi a disposizione per proteggere questi diritti. Rispetto a questo obiettivo, nel 2013 il ministero ha realizzato con le associazioni di categoria più rappresentative oltre 230 giornate di formazione su aspetti di *business* direttamente collegati a proprietà industriale, su tutto il territorio nazionale, strutturate con seminari e approfondimenti su temi specifici, anche con incontri *one to one* con singole imprese. A queste 230 giornate hanno partecipato oltre 700 imprese. Oltre alle iniziative che abbiamo cercato di mettere in campo, questo dimostra che c'è effettivamente un interesse e una sensibilità da parte del mondo industriale.

Bisogna cercare di capire sempre meglio il fenomeno della contraffazione, anche per mettere in campo delle strategie di previsione e di contrasto. Quindi, il ministero ha deciso di realizzare continuamente indagini, studi e ricerche su questo fenomeno, anche con alcune collaborazioni a livello sia nazionale che internazionale, con l'idea di costituire una sorta di osservatorio nazionale sulla contraffazione in relazione ad alcuni filoni di ricerca.

Il primo è sicuramente macroeconomico, con la valutazione dell'impatto della contraffazione sul sistema economico nel suo complesso, ma anche microeconomico, quindi l'impatto su singoli operatori, consumatori e imprese, e su settori produttivi. Questo viene fatto in collaborazione con il Censis.

Altro filone di ricerca riguarda il numero dei sequestri di prodotti contraffatti compiuti in Italia. Ad oggi ammontano a circa 335 milioni i prodotti sequestrati per contraffazione da Agenzia delle dogane e Guardia di finanza nel periodo 2008-2013, in circa 100 mila sequestri, per un valore stimato di quasi 3,8 miliardi. Attraverso la banca dati IPERICO (*Intellectual Property – Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting*), vista l'importanza di mo-

nitorare al meglio questo fenomeno attraverso una visione integrata a livello sia nazionale che europeo e globale, vengono raccolti e armonizzati i dati sulle attività di contrasto dei diversi corpi preposti, quindi Guardia di finanza, Agenzia delle dogane, Carabinieri, Polizia di Stato, polizie locali, e anche i dati relativi a diverse tipologie di illeciti, dalla contraffazione alla pirateria, alla violazione in materia di *made in Italy*, e la normativa sulla sicurezza dei prodotti.

Altra linea di ricerca mira a capire meglio qual è il coinvolgimento della criminalità organizzata nella contraffazione, ed è svolta con l'Istituto di ricerca delle Nazioni Unite sul crimine e la giustizia.

Vi è anche un'attività di ricerca e di analisi rispetto alla percezione di questo fenomeno da parte dei consumatori e delle imprese, anche cercando di focalizzare l'attenzione sui settori maggiormente colpiti dal fenomeno.

Inoltre, si cerca di fare anche una quantificazione della contraffazione *on line* – altro filone in crescita – anche in considerazione di alcune caratteristiche che questo fenomeno assume in un ambiente un po' particolare e con caratteristiche peculiari come è l'ambito di *internet*.

Per quello che riguarda l'attuazione di questo Piano nazionale anticontraffazione, quali sono le priorità strategiche per il 2014 e il 2015 e le proposte di azione? Proseguendo nell'attuazione di questo Piano, certamente c'è un nuovo slancio alla progettualità del Consiglio nazionale anticontraffazione, che è stato impartito anche sotto due impulsi importanti: il fatto che siamo appena entrati nel semestre di presidenza europea e l'Expo del 2015.

Questo ha portato il Consiglio a rifocalizzare gli obiettivi strategici su tre ambiti prioritari: il primo, la tutela del *made in Italy* da fenomeni di usurpazione all'estero, un fenomeno in crescente ascesa che danneggia in maniera costante e sempre più massiva il nostro *made in Italy*; l'*enforcement*, inteso come il controllo e la

repressione delle violazioni con il rafforzamento del presidio territoriale; la lotta alla contraffazione via *internet*.

Questa nuova fase attuativa è stata avviata lo scorso aprile. A questo scopo sono state anche insediate tre Commissioni tematiche CNAC, una per priorità, che hanno lavorato con alcune proposte di azione sulla base di un'agenda dettata dal Consiglio. Le Commissioni tematiche hanno presentato le loro relazioni conclusive lo scorso luglio. Le proposte sostanzialmente riguardano per lo più interventi legislativi e specificazioni volte a rafforzare la cooperazione fra i soggetti impegnati nel contrasto a questo fenomeno.

Venendo all'analisi di alcune proposte più incisive rispetto a questi tre ambiti prioritari di intervento, i cui dettagli potranno essere rappresentati alla Commissione dal CNAC stesso, sicuramente la tutela del *made in Italy* da fenomeni di usurpazione è stato considerato come ambito di azione prioritario proprio per il biennio 2014-2015, per il fatto che noi gestiremo la presidenza dell'Unione europea, ma soprattutto perché avremo nel 2015 l'Expo che è un'occasione unica per rilanciare il nostro Paese; soprattutto il settore agroalimentare, che è uno di quelli molto esposti, è un po' al centro di questa grande manifestazione.

L'apposita Commissione tematica del CNAC ha elaborato in merito due proposte normative. La prima è una legge speciale per la tutela dei segni distintivi di Expo 2015. Questo per rispondere a un'esigenza di contrastare fenomeni di usurpazione di un marchio connesso a un evento di rilevanza mondiale come Expo.

Nella proposta di legge elaborata dalla Commissione tecnica *made in Italy* la tutela riguarda non solo, in generale, tutti i segni distintivi registrati e usati da Expo 2015 SpA, ma include anche il cosiddetto « *marketing parassita* », consistente nell'associazione indebita, non autorizzata, di un *brand* a un evento mediatico.

La seconda è un'iniziativa legislativa in materia di marchi collettivi per la valorizzazione della produzione italiana di qualità. La Commissione tematica ha pro-

posto di incentivare l'adozione di marchi collettivi volontari di fonte privata, anche gestiti in forma consortile, elaborati dai singoli settori. L'esempio di riferimento è il marchio « *Ceramics of Italy* » che rappresenta e promuove le aziende dell'industria ceramica nel mondo. A questo scopo la Commissione tematica ha elaborato anche una bozza di articolato per una delega per la promozione delle produzioni di qualità sul mercato globale mediante l'istituzione di marchi collettivi di settore.

Inoltre, per rendere l'Esposizione universale libera da contraffazione, la Commissione ha proposto di creare dei presidi anticontraffazione presso Expo. Attualmente sono in corso dei contatti con gli organizzatori di Expo per verificare se tra gli strumenti di autoregolamentazione dell'Expo siano già previsti in qualche modo dei meccanismi per mettere in campo procedure atte a tutelare visitatori ed espositori contro alcune possibili fattispecie di violazione relative alla contraffazione e al fenomeno che viene definito « *italian sounding* », anch'esso in forte espansione a livello internazionale.

Con riferimento all'*enforcement* e al rafforzamento del presidio territoriale, nel biennio 2014-2015 le prospettive di azione di tutte le amministrazioni competenti in materia di anticontraffazione dovranno convergere verso un maggior coordinamento a livello territoriale, anche per contrastare il dilagare del fenomeno dell'abusivismo commerciale, che rappresenta, nell'ambito della contraffazione, una parte sicuramente molto significativa.

Inoltre, come dicevo prima, sarà decisiva la sensibilizzazione dei consumatori probabilmente anche attraverso il rilancio dello strumento della sanzione dell'acquirente consapevole di prodotti contraffatti.

In tal senso vanno le evidenze ricavate dall'attuazione del primo Piano di azione territoriale realizzato nel biennio scorso sempre in collaborazione con ANCI. In questo senso vanno anche le richieste delle associazioni imprenditoriali, prime fra tutte quelle rappresentative delle imprese commerciali.

La Commissione tematica sulla parte specifica dell'*enforcement*, anche al fine di assicurare una coerenza fra le iniziative delle amministrazioni centrali e quelle locali, ha elaborato un modello di raccordo fra soggetti impegnati nella lotta alla contraffazione a livello locale che potrà essere applicato in maniera flessibile tenendo conto anche delle diverse esigenze del territorio. Ad esempio, l'applicazione potrà avvenire attraverso stipula di protocolli fra amministrazioni, associazioni e autorità locali.

Peraltro, quanto proposto come linea di intervento è perfettamente coerente con la direttiva di agosto diramata dal Ministro dell'interno, avente a oggetto la prevenzione e il contrasto all'abusivismo commerciale e alla contraffazione.

Infine, vengo all'ultimo punto, la lotta alla contraffazione via *internet* e la vendita di prodotti contraffatti sul *web*, che naturalmente accompagna lo sviluppo di questo nuovo strumento di commercio elettronico che sta prendendo sempre più piede, per certi versi auspicabilmente, per le forme lecite, sia nel nostro Paese che nel resto del mondo, considerando che il mercato ormai si è globalizzato.

Le evidenze degli studi condotti nel passato biennio dal Ministero dello sviluppo economico e le richieste crescenti dal mondo imprenditoriale hanno sostanzialmente convinto il CNAC a considerare che questo è un ambito di azione prioritario nel biennio a venire, anche per cambiare un po' il passo e imprimere un andamento un po' diverso nelle azioni di contrasto specifiche per quello che riguarda la contraffazione *on line*, anche qui attraverso il coinvolgimento di tutti gli attori interessati, che siano gli operatori del mondo economico digitale o comunque i produttori di beni o i consumatori stessi.

Tenendo conto di quanto è rappresentato dagli *internet service provider* e dai titolari dei diritti di proprietà industriale, la Commissione tematica ha proposto di adottare strumenti e regole anche volontarie per prevenire e contrastare la contraffazione *on line*. Esistono, sotto questo profilo, modelli già funzionanti — ad esem-

pio in Francia il protocollo d'intesa per la lotta contro la vendita *on line* di merci contraffatte, che è stato sviluppato nell'ambito degli *stakeholder dialogue* della Commissione europea — che in qualche modo hanno già dimostrato che questi accordi spontanei comunque sono utili e hanno quella giusta flessibilità per cui si adattano velocemente all'evoluzione tecnologica. Quindi, nonostante la natura volontaria, sembrano in effetti nella pratica offrire soluzioni efficienti soprattutto per quello che riguarda il problema della contraffazione *on line*.

I rappresentanti dei *provider* e delle imprese che sono riuniti nella Commissione tematica hanno concordato di stabilire un periodo di sperimentazione durante il quale non escludono la possibilità di considerare una revisione delle norme ora in vigore, tenuto conto che anche a livello comunitario ci potrebbe essere un riordino di questa materia in un prossimo futuro. Una riunione di questi portatori di interesse su questo tema specifico verrà organizzata entro il mese di ottobre per scegliere, fra i vari esistenti, lo strumento più idoneo attraverso il quale procedere a questa sperimentazione.

In chiusura vorrei menzionare alcune iniziative — che escono un po' dall'ambito nazionale, ma credo sia importante ricordarle — che rafforzano la lotta alla contraffazione a livello sia europeo che internazionale.

La prima è un'iniziativa normativa in corso di negoziato a Bruxelles dal 2013, il cosiddetto « pacchetto marchi », a cui la presidenza italiana naturalmente attribuisce la massima priorità. Nell'ambito di questo « pacchetto marchi » è prevista una proposta che consentirà alle autorità doganali, su richiesta del titolare del marchio, di fermare prodotti contraffatti in transito sul territorio dell'Unione anche quando la destinazione finale delle merci è un Paese terzo, evitando così che il mercato unico si trasformi in un *hub* di smistamento di prodotti contraffatti.

L'auspicio — noi ci metteremo tutta la nostra forza — sarebbe quello di riuscire a

chiudere il negoziato politico all'interno del periodo di semestre della presidenza italiana.

Dimenticavo di citare altri due eventi a livello internazionale. Il primo è una riunione dei CNAC euromediterranei che si terrà a Roma il 25 novembre del 2014, finalizzata a costituire un partenariato fattivo anche per scambio di informazioni e assistenza alle imprese italiane nei Paesi partecipanti al processo, che sono Italia, Francia, Bulgaria, Croazia, Serbia, Romania, Spagna, Portogallo, Grecia, Malta, Slovenia, Libano, Giordania, Marocco, Algeria, Tunisia, Turchia, Egitto ed Emirati Arabi Uniti.

Inoltre, sempre a Roma si terrà il 26 novembre 2014 una riunione dell'osservatorio europeo sulle violazioni della proprietà intellettuale. In questo caso l'obiettivo è di porre al centro della discussione l'efficacia del modello di coordinamento di indirizzo e di impulso al CNAC da estendere a tutti gli Stati europei che non hanno strutture di concertazione strategica analoghe al CNAC a livello nazionale.

Credo di aver elencato tutte le iniziative principali a livello europeo e internazionale. Queste sono sostanzialmente le principali linee di indirizzo su cui il MISE si sta esercitando.

La Commissione, che ringrazio, potrà certamente acquisire maggiori elementi da me o dal sottosegretario Vicari per conto del Consiglio nazionale anticontraffazione. Infine, anche la Direzione generale del ministero è a vostra disposizione. Grazie.

PRESIDENTE. Rivolgo un primo ringraziamento al ministro per l'ampia relazione e per tutti gli spunti che vi sono contenuti.

Prima di darvi la parola, faccio presente che il testo della relazione del ministro è a nostra disposizione e vi sarà diramato per posta elettronica.

Do ora la parola agli onorevoli colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

SUSANNA CENNI. Anch'io rivolgo un doveroso ringraziamento alla ministra.

Abbiamo molto apprezzato il tempo e l'attenzione che ha voluto dedicarci. Spero davvero che sia l'inizio di un'utile collaborazione per il lavoro che questa Commissione dovrà svolgere con il suo ministero.

Il gruppo del Partito Democratico è fortemente impegnato in questa Commissione e anche molto determinato a sostenere una forte azione della Commissione per la tutela del *made in Italy* e per individuare i punti che possono essere utili a suggerire un miglioramento del sistema, della lotta e della prevenzione della contraffazione.

Ovviamente, credo lo si faccia esprimendo una forte volontà, avendo norme chiare, agevoli, semplici, strumenti che funzionano, ma credo anche ribadendo con forza un profilo culturale, una visione molto forte su questo tema.

Del resto, credo che il Presidente del Consiglio si sia pronunciato più d'una volta sulla sua volontà in questa direzione, parlando proprio di quell'Italia che fa l'Italia e che, quindi, investe sulle proprie peculiarità, credo uno dei pochi terreni su cui davvero possiamo pensare di crescere per uscire dalla terribile crisi che stiamo vivendo.

Credo che oggi avremo ulteriori dati sul nostro *export*, che riguarda un po' tutto il volume d'affari relativo all'artigianato, alla moda, all'agroalimentare. Penso che questa Commissione – abbiamo già avuto modo, con il presidente e con gli altri gruppi, di parlarne diffusamente – non dovrà solo limitarsi a raccogliere dati e a scattare una fotografia, ma provare a collaborare con Governo e Parlamento per suggerire qualche passo.

Ovviamente, credo che siamo davanti a una battaglia molto complessa anche per le previsioni che lei, ministro, ci ha illustrato all'inizio della sua relazione, una dimensione assolutamente globale e previsioni molto preoccupanti sulla dimensione dell'ulteriore crescita che l'attività di contraffazione può assumere.

Se, infatti, si comincia a dire che un pezzo della stessa criminalità organizzata sta spostando la sua attenzione dagli in-

vestimenti sullo spaccio di droga alla contraffazione, credo che qui ci sia un primo tema di riflessione. Se questo è vero, forse dovremmo fare una riflessione anche sulle norme, sulle sanzioni, sulle pene, quindi entrando forse anche nel codice penale. Se si considera quest'attività più redditizia e meno rischiosa, probabilmente dovremmo intervenire anche su quello.

Sono d'accordo con lei sul fatto che, indubbiamente, il Semestre, che sta diventando trimestre, ed Expo rappresentino comunque una possibilità importante per quanto ci riguarda. Non so, francamente, se la crisi di per sé, quando faremo i conti in fondo, ci consentirà di affermare che c'è una diminuzione di quest'attività o forse il contrario. Abbiamo visto anche da quest'indagine del Censis sui consumi dei giovani che proprio nella crisi c'è più propensione ad andare sui prodotti contraffatti. Purtroppo, lo vedremo.

Passo a formulare alcuni quesiti per capire a che punto siamo con la strumentazione di cui il nostro Paese si è dotata e anche ad alcune sue valutazioni sul funzionamento di questi strumenti, se è in grado di dircelo. In parte, ha già risposto su alcuni punti, quindi non mi ci soffermerò.

Vorrei chiederle, anzitutto, una sua valutazione proprio sul tema delle pene, quindi del codice penale. So che era iniziato un lavoro di riflessione sulla modifica del 514 del codice penale anche per l'istituzione del reato di frode contro le industrie nazionali. Voglio capire se da parte del ministero che coordina quest'attività ci sia una riflessione e che valutazione c'è su quest'ipotesi.

Altro punto che vorrei segnalare riguarda un tema che ha un po' sfiorato e che riguarda proprio il coordinamento delle forze e delle istituzioni che hanno competenza su questa materia. Nel mio territorio — vivo in provincia di Siena — non più di due giorni fa è stata resa nota l'ennesima battaglia vinta, se vogliamo, dalle Forze dell'ordine, che hanno scoperto l'ennesima truffa, in questo caso ai

danni del vino, tutto vino certificato, denominazioni, quindi vini di eccellenza: il risultato è stato straordinario.

Ho avuto modo più volte di parlare con i soggetti impegnati in quest'indagine. Uno dei temi che continua a essere messo sul tavolo da parte di tutti loro è il seguente: c'è sì un maggiore coordinamento, ma per esempio le nostre banche dati continuano a essere gestite in totale autonomia. Se avessimo una gestione collegiale anche delle banche dati, probabilmente compiremmo altri passi avanti. Penso che questo debba essere, per esempio, un terreno di lavoro che forse ci consentirebbe, in una fase di *spending review*, anche di ragionare su qualche gelosia in meno e su qualche opportunità e risparmio in più.

Sicuramente, un pezzo del lavoro, cui pure in parte ho accennato, riguarda il fronte comunitario. Non credo che potrà essere esaurito tutto nel nostro ruolo di Presidenza del Semestre. Qui vorrei capire da lei, per esempio, sul tema del brevetto unitario europeo a che punto siamo, se esista un orientamento a procedere alla ratifica, un rallentamento del percorso iniziato.

Lo stesso potrei chiedere sul tema della tracciabilità dell'etichettatura. Nell'agroalimentare sono stati compiuti passi avanti. È una volontà chiarissima da parte del legislatore nazionale, che ha prodotto norme in materia, ma che non riescono a esplicitare fino in fondo i propri effetti, ovviamente in una lettura comunitaria ancora molto rigida. Nel frattempo, vanno avanti altre ipotesi, su cui ovviamente mi auguro ci si arresti, come quella del semaforo, non sufficientemente espressione dello stesso tipo di garanzia nei confronti del consumatore.

Altra questione sollecitata a molti di noi, soprattutto in alcune parti del territorio, è il tema del pacchetto generico per quanto riguarda il tabacco: l'ipotesi di un confezionamento diverso da quello che attualmente riguarda le sigarette nel nostro Paese può, probabilmente, favorire la contraffazione. Anche da questo punto di vista, vorrei capire se esista un orientamento già maturato.

Ancora, poiché sappiamo e mi sembrano molto importanti sia quanto ha richiamato a proposito del coordinamento delle dogane sia gli appuntamenti che avremo nel nostro Paese nelle prossime settimane, penso alla necessità di investire moltissimo nei controlli a livello comunitario. Anche in questo caso, in relazione all'esperienza dell'Europol, c'è intenzione di investire ulteriori risorse? Quanto personale abbiamo collocato come Paese in quest'organizzazione?

Sul tema della comunicazione, che lei ha richiamato e che è uno dei punti che mi sembra il CNAC abbia scelto come strategici, anch'io penso che da qui passi un pezzo della battaglia molto forte, non soltanto come richiamo alla proprietà industriale e così via, com'è indubbiamente. Forse, però, dovremmo riuscire a lavorare anche a una comunicazione un po' più diretta per far comprendere cosa c'è dietro un prezzo e cosa c'è dietro un prodotto. Lo dico in modo particolare per l'agroalimentare.

La collega Mongiello, che ha seguito e continua a seguire da anni l'olio d'oliva, lo sa, come molti di noi che si occupano in modo particolare di agroalimentare. Una delle battaglie, però, è proprio far comprendere cosa ci sia in termini di lavoro, di lavoratori, di qualità, di garanzia per la salute dei cittadini e dei consumatori stessi.

Vengo a un'ultima questione e concludo. Indubbiamente, Expo è una grande occasione. Mi auguro che per quell'evento una serie di opportunità che ha richiamato siano pronte e che, quindi, possa rappresentare anche una grande occasione di proiezione dell'azione di contrasto alla contraffazione. Da questo punto di vista, pongo davvero un'ultima questione e concludo sul tema dell'*italian sounding*.

Negli anni passati, anche nella scorsa legislatura, siamo intervenuti in più di un'occasione. Purtroppo, infatti, abbiamo verificato che alcune imprese che facevano abbondante uso dell'*italian sounding* ricevevano anche finanziamenti da alcune strutture del nostro Paese, quindi anche con l'utilizzo di danaro pubblico. Penso

che un pezzo del nostro lavoro debba essere concentrato a evitare che questo avvenga ancora. La ringrazio.

FILIPPO GALLINELLA. Ringrazio il ministro. Spero anzitutto che, nell'ambito della *spending review*, per il CNAC vi sia la volontà di mantenere risorse e di ampliarle, affinché il CNAC possa essere uno strumento che può svilupparsi.

Molti colleghi della Commissione cultura hanno già avuto modo, per altri motivi, di parlare con le Forze di polizia, che si sono impegnate comunque nella lotta alla contraffazione e hanno dato dei suggerimenti dal punto di vista sia normativo sia organizzativo, come il *database* comune, cui la collega Cenni ha accennato, che richiedono investimenti e risorse. Sicuramente, è un punto chiave sapere se questa Commissione contraffazione può lavorare con il CNAC in futuro con un obiettivo. Se, infatti, sappiamo che comunque esisterà, ma non avrà risorse, è chiaro che forse dovremo trovare anche altre strade. Questo è evidente.

Sulla questione del trimestre europeo rimasto, ha accennato a una serie di iniziative che saranno messe in atto per tutelare il marchio legato all'Expo. Come consiglio, su cui penso siamo tutti d'accordo, in questi tre mesi sicuramente il passaggio chiave, al di là di vedere le misure per tutelare i marchi relativi all'Expo, è quello dell'etichettatura d'origine. Già il regolamento n. 1169 entrerà in vigore, ma poi si dovrà allargare per tutta la serie di prodotti. Secondo me, l'Italia, che vanta tante tipicità, deve spingere sempre più per l'etichettatura d'origine. Questo è un impegno che penso sia ampiamente condiviso.

Infine, ben venga la nuova idea della Direttiva marchi, che sicuramente va nella direzione giusta.

VINCENZO GAROFALO. Anch'io, signor ministro, la ringrazio anzitutto per l'interessante e abbastanza completa relazione, tenendo conto anche che, ovviamente, i tempi devono essere ottimizzati da tutti. Ho apprezzato, comunque, la sua completa illustrazione.

Ritengo che il ministero abbia già messo in campo abbastanza, abbia destinato e non sottovalutato il fenomeno. Ovviamente, come sempre, a una macchina in corsa vanno trovate delle correzioni, va verificato se il percorso necessita di ulteriori miglioramenti e quali possano essere gli strumenti per ottimizzare questo grande e importante lavoro per l'Italia oltre ai fenomeni che ha già citato e illustrato in termini economici.

Di fatto, nel mondo il *made in Italy* è uno dei grandi valori che aveva fatto crescere enormemente la manifattura italiana. In queste ore, tra l'altro, i dati diffusi ci danno segnali preoccupanti. Se, però, non mettiamo in piedi strategie sempre più efficaci, rischiamo anche di scoraggiare chi continua a condurre questa battaglia. Ritengo che una serie di elementi che ha citato vadano già nella direzione giusta, senza dubbio. Abbiamo apprezzato anche l'interazione tra i vari ministeri, tutto questo sistema di consultazione rispetto a due grandi famiglie, le imprese e i consumatori.

In mezzo a tutto questo c'è, comunque, da considerare che, a mio giudizio, vanno messi in campo senza dubbio strumenti innovativi. Non so quanto il ministero abbia già preso in considerazione di diffondere nei vari settori tutti i sistemi di tracciabilità, che in alcuni casi hanno forti e importanti risultati. La tecnologia forse ci consente anche di esaminare l'applicazione in settori i meno immaginabili.

Mi riferisco al settore della pesca, ma a tutto il settore dell'agroalimentare che, come lei ha detto, genera anche una preoccupazione enorme dal punto di vista della salute e che comunque l'Italia in tanti anni ha dimostrato di saper coltivare. Mi piacerebbe sapere se il ministero ha preso in considerazione, in che misura e con quali prospettive questi sistemi di tracciabilità.

Quando parliamo di *internet*, mi rendo perfettamente conto che parliamo di un negozio virtuale. Fisicamente, infatti, con chi parliamo? Quando, però, si entra un negozio e si trova della merce contraffatta, il primo a subire la sanzione è il nego-

ziante. Siccome vedo i colossi prodotti su *internet* andare in borsa con cifre stratosferiche riconosciute dal mercato, credo che debbano essere responsabili di tutto quello che mettono *on line*.

Non so se su questo sia possibile e in che misura individuare la strategia più giusta, legalmente percorribile. Nei confronti del consumatore, però, c'è un garante, colui che vende: chi vende deve garantire che il prodotto non sia, appunto, di provenienza contraffatta. In relazione all'eliminazione delle sanzioni, come qualcuno ha detto prima, abbiamo notato sì che con la crisi la riduzione dei consumi si rivolge anche a questi prodotti e, probabilmente, la crisi potrebbe anche incentivare a spendere meglio, cioè a sprecare meno. Con l'informazione e la formazione può avvenire. Purtroppo, però, è anche facile che la voglia di comprare porti a comprare di più e male. Bisogna stare, quindi, molto attenti.

Apprezzo molto l'iniziativa del contrasto del transito delle merci da Paesi più « morbidi ». Mi pare che in Europa a volte riceviamo merce proveniente da Paesi notoriamente fabbricanti produzioni contraffatte, che però transitano da altri Paesi europei e così eludono magari i nostri controlli. Se non c'è un contrasto europeo, ovviamente, alcuni Paesi diventano vittime predestinate.

Quello agroalimentare è un settore, al di là anche degli ultimi successi, comunque oggetto anche dell'*italian sounding*: forse lì, utilizzando meglio sanzioni molto più severe, più rapide, forse riguardanti appunto la tutela della salute, potremmo riuscire ad accrescere il contrasto. Per questo, sarebbe sempre più auspicabile saper usare le norme, anche forzandone l'applicazione quando abbiamo un settore più sensibile. Mi riferisco alla salute.

Concludo dicendo che è apprezzabile il fondo di 1,5 milioni di euro messo a di posizione e che solo 27 comuni, comunque, hanno saputo utilizzare, ma penso che questo fondo dovrebbe essere ormai costantemente alimentato da tutti quei sequestri che anche lei ha citato. Ne

vengono fatti tanti: una parte di questi deve essere assolutamente destinata al controllo del territorio.

Tra l'altro, è un fenomeno che danneggia qualunque tessuto economico. Mi riferisco al commercio al dettaglio. Penso che tutti vediamo fuggire questi sfruttati che vendono la roba in mezzo alle strade, ma pochi sono i vigili che riescono a contristarli. Bisogna cercare di essere di più per strada, soprattutto con sanzioni più severe, in maniera da garantire a chi rispetta le leggi una tutela maggiore. Bisogna soprattutto evitare che proliferi sempre più questa produzione, colpendo chi produce, demolendo e distruggendo le merci sequestrate in maniera direi tempestiva.

Su questi fenomeni credo che serva un'azione sempre più rapida, altrimenti sarà difficile. Per quanto eliminiamo i prodotti, purtroppo ne cresceranno di più. Rischiamo, quindi, che il saldo non sia negativo, ma che rimanga positivo.

MATTIA FANTINATI. Cercherò di essere telegrafico. Formulo una considerazione: forse è il caso che il ministro torni una prossima volta, visti anche gli impegni d'Aula, mentre forse molte nostre domande prevedono un impegno più corposo. Io ne ho due o tre, come penso altri miei colleghi.

La prima questione è la delocalizzazione, sicuramente un aiuto alla contraffazione. È stato rilevato che in molti casi aziende producono materiale più abbondante del necessario per venderlo al mercato nero. Secondo me, questo richiede da parte del Governo quanto meno un intervento informativo verso le associazioni di categoria per chi segue questo comportamento. Non dico che vada sanzionato — chiaramente, non si può — ma credo debba essere vigilato.

La seconda è soltanto una considerazione. Mi spiace che non sia passato un emendamento conforme all'Agenzia delle dogane col quale la contraffazione passava da illecito amministrativo a penale e si è dovuti tornare indietro. La mia domanda è questa: siccome la settimana prossima ci

sarà una delegazione di deputati, tra cui anch'io, che farà visita agli Stati Uniti anche per parlare dell'accordo del TTIP (Partenariato trans-atlantico per il commercio e gli investimenti), vorrei chiedere per il Governo in quest'accordo quali sono le misure per difendere il *made in Italy*, il nostro prodotto, l'*italian sounding*.

Il mercato americano è molto vasto. Sono stati i primi nel mondo a sostenere che non può esistere un marchio del prodotto legato all'origine. Per il prosciutto di Parma, per noi prodotto a Parma, per un americano si può aprire un'azienda « Prosciutto di Parma » che lo venda.

PAOLO RUSSO. Anzitutto, ministro, la ringrazio per essere qui e per offrirci il suo punto di vista. La contraffazione presenta due aspetti. Il primo è quello dell'interesse delle organizzazioni criminali, complessivamente intese a fare attività di profitto. È vero anche che più alto è l'*appeal* dei nostri prodotti, quindi del sistema agricolo, industriale, artigianale, produttivo del nostro Paese, maggiore è la tendenza alla contraffazione. Non vi è una tendenza a contraffare prodotti che non hanno valore sul mercato, ma prodotti che hanno *appeal*, attrazione sul mercato. Se è una misura del sistema criminale, è anche una misura del successo del sistema Paese dal punto di vista delle qualità produttive. Faccio questa premessa perché è evidente che l'obiettivo che dobbiamo avere è quello di ridurre il divario, il *gap* tra mercato legale e mercato illegale.

È di questi giorni la considerazione su come considerare, all'interno del PIL, alcuni valori delle attività illegali, sinora illegali. Ovviamente, la mia è soltanto un'offerta di valutazione critica, ma probabilmente anche su questo fronte una riflessione deve cominciare a farsi. Soprattutto, deve cominciare a farsi perché è evidente che più si slatentizza quel PIL, più lo si regolarizza; più lo si regolarizza, più lo Stato acquisisce elementi di verifica e di controllo anche per contrastarlo, laddove illecito.

Vengo rapidamente a un tema sul quale spero di essermi distratto. Vorrei comprendere quanto investiamo su questo fronte. Vorrei comprendere se investiamo più o meno di ieri; se, alla luce dei tagli che rischiano di esserci nelle prossime settimane su questo fronte, investiamo di più o di meno; se sia sufficiente quello che facciamo e, soprattutto, se abbiamo cominciato — spero che ciò sia stato fatto non ieri, ma avantieri — a misurare l'efficacia delle risorse investite.

Ho ascoltato una serie di azioni, una serie di interventi su progetti, taluni dell'ANCI, altri di ulteriori autorevolissime associazioni, la cui attività è meritoria, ma avrei interesse a comprendere, di questi milioni di euro investiti, per quanto pochi siano, quale sia il risultato in chiave di efficacia sul fronte del contrasto.

Mi piacerebbe anche conoscere la sua opinione sull'efficacia del CNAC come modello organizzativo, ma anche di prospettiva. Devo dire che, da questo punto di vista, mi appassionano meno sia il trimestre europeo sia l'Expo. Ho compreso che vi è il desiderio di utilizzare queste due opportunità, ma non vi è una strategia chiarissima che possa di certo indicarci le opportunità e anche la loro misura.

Vengo all'ultima questione dei sistemi di controllo e coordinamento, il presidio che ha indicato nell'ambito del piano come presidio territoriale. Non ho fatto bene il calcolo, ma al volo me ne sono venute già una quindicina, tra dogane, Carabinieri, Forze di polizia varie, Guardia di finanza, Corpo forestale, polizie provinciali, locali, consorzi e chi più ne ha più ne metta nel controllare e nel contrastare i fenomeni di adulterazione, di sofisticazione, di contraffazione. Mi domando se in questa fase di *spending review*, nella quale allora capisco si tenti anche un affronto al Corpo forestale, vi sia piuttosto un'idea di carattere più generale che metta insieme tutte queste straordinarie competenze e le renda più funzionali sul piano dell'efficacia.

Infine, vi è o vi sono iniziative concrete, se può anche fornircele, di sostegno, di supporto tecnico-giuridico alle nostre imprese all'estero quando si trovano a com-

battere con i fenomeni di mistificazione, di adulterazione e di competizione e concorrenza sleale, tante di quelle che abbiamo anche letto dai *media*?

COLOMBA MONGIELLO. Ministro Guidi, il mio non è un ringraziamento formale. Lei ha fornito una relazione dettagliata sugli strumenti che il suo ministero sta adottando. Su questo comitato, il CNAC, di cui veramente conosco poco, ha fornito sia notizie di una serie di interventi che sta realizzando in questi ultimi tempi, sia la struttura organizzativa.

Il tema è complesso. Ce ne rendiamo perfettamente conto. Chi, come me, se n'è occupato anche in passato, ha impattato anche questo tema. Nel corso della carriera parlamentare, ho potuto notare come il tema, a mano a mano che passava il tempo, assumesse anche contorni piuttosto delicati, particolari.

Dico che forse c'è stata anche una sottovalutazione delle istituzioni tutte nell'affrontare questo fenomeno, magari nell'affrontarlo con sistemi che non ritengo del tutto adeguati, ma anche con strutture organizzative che molto spesso, pur nella loro buona volontà, forse nel lasso del tempo male organizzate o magari senza alcun coordinamento, non hanno prodotto gli effetti sperati.

Questa è la mia opinione anche rispetto — lo citava il collega Russo nell'ultimo intervento — a tantissimi interventi, ma forse sarebbe importante vedere come si sono organizzati e strutturati, come si affrontano una serie di tematiche, magari anche cercando di parlarsi tra di loro, di comunicarsi anche le diverse esperienze per essere molto più utili nel lavoro che stanno compiendo. Questa è la mia opinione. È ovvio che i temi sono un po' diversi. Tengo sempre a sottolineare che un conto è la contraffazione, un conto l'*italian sounding*. Dovremmo anche pensare di affrontarli in maniera diversa. Questa è la mia opinione.

Molti di noi sono stati invitati all'estero a vedere un po' come funzionano i diversi mercati: un conto sono i sistemi contraffatti, un altro che hanno scoperto che

esiste un *italian sounding* che sta prendendo piede, magari anche inconsapevole rispetto al lavoro dell'impresa. Magari le stesse imprese non sanno che quei prodotti esistono col loro nome e che non hanno nulla a che fare con la penisola italiana, ma che pure esistono.

Andrò velocemente, sollecitata dal presidente a essere maggiormente sintetica. Ci siamo spesso posti il problema da legislatori di quale sarebbe il nostro compito, quale modello ordinamentale potremmo mettere in campo per aiutare questo sistema. Nel corso del tempo, molti di noi hanno maturato l'idea che forse nel codice penale qualche rivisitazione va fatta con l'aiuto sia delle Forze dell'ordine sia, ovviamente, degli enti preposti al controllo sul territorio, ma anche del sistema delle imprese.

Dico questo perché in un sistema partecipato forse si potrebbe pensare a un sistema normativo efficace. Parlo di sistema partecipato perché spesso ci siamo scontrati anche con visioni diametralmente opposte qualche volta anche col sistema delle imprese rispetto, per esempio, alla tracciabilità e all'etichettatura. Un conto è la borsa Prada, un conto è il Parmigiano reggiano, per citare un esempio. Sono sistemi diversi con cui ci troviamo ad avere a che fare.

Mi piace l'idea che state sviluppando sul sistema del consumatore informato: educiamoli, in maniera che possiamo portarli, ovviamente, a una maggiore conoscenza di ciò che stanno comprando, magari anche con sistemi di intervento a volte sanzionatori, ma almeno facendo loro capire quale sia il danno a volte per la loro salute, a volte per la salute dei propri figli e a volte anche per il PIL e il sistema economico di questo Paese, quindi un sistema informativo efficace per il consumatore.

Lo stesso tema vale per il mondo delle imprese, che secondo me ha compreso un po' tardi che a volte il sistema contraffattivo e quello dell'*italian sounding* provocavano un danno enorme rispetto a tutti

gli sforzi che compivano per approdare ai mercati internazionali. Significa mettere in campo una strategia di insieme.

Su questo punto penso magari a un sistema unico della contraffazione. Penso anche a una rivisitazione del codice penale. Ci abbiamo provato con la legge «salva olio». Abbiamo modificato il codice penale. Abbiamo introdotto due nuovi codici, le intercettazioni. Abbiamo paragonato anche gli agropirati a delinquenti veri e propri, quindi con un sistema non solo sanzionatorio, ma con il carcere. Abbiamo ritoccato, come fanno il collega Russo, il presidente della Commissione e l'ex Ministro Catania, che è presente. Siamo entrati, quindi, nel merito di alcune questioni.

Mi sono spesso chiesta se non potessimo mutuare lo stesso sistema, magari tutti insieme cercando di normare un codice penale che, secondo me e secondo molti altri osservatori, è obsoleto rispetto ai nuovi fenomeni: quello della pirateria commerciale, quello via web, quello degli agropirati. Il nostro codice penale non ha previsto una serie di fenomeni nuovi. Forse lì potremmo intervenire con maggiore forza. In questo caso, il CNAC e il MISE potrebbero aiutarci a delineare un sistema normativo adeguato ed efficiente.

Esiste l'intero tema dei domini, quello del web, per noi sconosciuto, ma che altri Paesi stanno affrontando e su cui forse ci siamo attardati e di cui adesso scopriamo quanto sia pervasivo e quanto susciti *appeal* nei consumatori, soprattutto in quelli più giovani e anche più inconsapevoli. È una serie di fenomeni che dovremmo affrontare.

Cosa mettiamo in campo? Ho la vaga impressione che tutti ci occupiamo del tema, ma che non ci sia un sistema che mette insieme tutti questi sentimenti, dando maggiore efficacia anche alla stessa azione di contraffazione. Il tema che mi pongo anche come vicepresidente di questa Commissione insieme a tutti i commissari è quale intervento possiamo fare all'interno di questa Commissione. L'intento è di essere d'aiuto ai sistemi che operano nel settore, ma mettendo insieme

anche una traccia normativa che possa migliorare lo stesso sistema d'intervento.

Giungo alla conclusione. Vede, ministro, dicevo prima che sono due sistemi diversi. Condivido alcune idee, come quella delle informazioni, quella dell'educazione alle giovani generazioni, il sistema di approccio con il MIUR, quello con i comuni. Un tema sul quale mi soffermerei è quello dell'*italian sounding*, che magari affronteremo in un'altra occasione, su come funzionano i mercati internazionali, gli HUB, il sistema del commercio estero, i nostri sistemi di controllo.

Esiste la rete costituita da Interpol, Europol e così via. Molti di noi hanno anche partecipato a diverse sessioni: quali sono, però, gli strumenti normativi internazionali che stiamo mettendo in campo? Bisogna anche rendere trasparente e tracciabile il sistema dello scarico merci in maniera che sappiamo quanto entra e quanto esce dal nostro Paese. L'abbiamo chiesto come Partito Democratico con una mozione unitaria.

Mi accingo alla conclusione, ministro. Questo è stato un primo approccio. Magari avremmo anche un'altra serie di domande da rivolgerle. Certamente saprà, per quel che riguarda l'etichettatura — lo ha ricordato la collega Cenni — che abbiamo approvato in Aula una mozione unitaria di tutti i gruppi parlamentari: sono molto rammaricata del fatto che, dopo un mese dell'approvazione di questa mozione sulla tracciabilità ed etichettatura, un funzionario del MISE abbia scritto a Bruxelles contestandola, che era un impegno politico. Lo faccio qui. Credo che sia la sede opportuna.

Ovviamente, sono della maggioranza di questo Governo, ma auspicherei che tutti parlassimo la stessa lingua, tutti. Magari ci sono anche sedi nelle quali potersi confrontare. Credo che questa sia la sede giusta e opportuna, magari anche per confrontarsi su opinioni diverse e giungere alla medesima conclusione, senza rischi di fare figuracce a Bruxelles, come in un recente passato abbiamo già fatto.

LUIGI TARANTO. Sarò molto rapido. Ringrazio anch'io il ministro per la sua relazione, di cui ho apprezzato l'impianto che ha cercato di organizzare la ricognizione sullo stato dell'arte e le possibilità di intervento intorno ad alcuni temi chiave. Tra questi temi chiave, di particolare rilevanza ho trovato la consapevolezza del rilievo crescente del canale del commercio elettronico per la diffusione dei prodotti contraffatti. Ho trovato di particolare rilievo la consapevolezza del fatto che, anche da questo punto di vista, il turno di presidenza italiano dell'Unione può essere un'opportunità. Ho trovato particolarmente rilevante la consapevolezza della pervasività internazionale di questo fenomeno.

Ne discendono tre domande. La prima è questa: posto che ritengo che tutti concordiamo sul rilievo crescente del commercio elettronico come canale di diffusione dei prodotti contraffatti, ritiene il signor ministro che sia necessario perseguire un livello di cooperazione più attiva da parte degli *internet service provider*? In particolare, è possibile che questa collaborazione più attiva sia fondata non soltanto, ovviamente, su buone pratiche e codici di autoregolamentazione, ma anche sull'urgente rivisitazione dell'impianto normativo, mi pare a partire dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70?

Relativamente alla seconda questione, dicevo dell'opportunità nel semestre italiano di presidenza, ma è bene darsi degli obiettivi immediati, scegliere operativamente su cosa insistiamo e acceleriamo. Da questo punto di vista, siamo stati tutti colpiti dall'allarme lanciato ai primi del mese di agosto da alcuni organi di informazione circa la valutazione d'impatto che alcuni Paesi avrebbero richiesto alla Direzione industria della Commissione sul progetto di direttiva in materia di *made in*.

Si è compreso che questa valutazione d'impatto rischierebbe di portare la conclusione del processo oltre i termini temporali della Presidenza italiana: qual è lo stato delle informazioni del signor ministro e quali iniziative il ministro intende assumere per accelerare quest'iniziativa?

In relazione alla pervasività internazionale del fenomeno, non è forse il caso che il contrasto della contraffazione sia, per così dire, più integralmente e compiutamente metabolizzato tra i compiti dell'Agenzia ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) per l'internazionalizzazione del sistema Italia? Non è il caso che la rete di relazioni e le stesse missioni del sistema Paese siano occasioni per vertici bilaterali in cui questo tema rientri tra le agende?

PRESIDENTE. Desidero anch'io fare una breve considerazione.

Per formazione, sono abituato, in presenza di una problematica, dopo aver cercato di coglierne la realtà economico-sociale, a soffermarmi sul quadro giuridico. Oltretutto, questo è in linea di principio il compito, la *mission*, come si usa dire oggi, della politica, ma anche in una certa misura dell'amministrazione.

Quadro giuridico vuol dire, in una materia come questa, tre livelli: la normativa nazionale, che non è solo quella penale, come giustamente è stato ricordato ripetutamente, ma anche quella civile, oltre a una serie di norme che direi a cavallo tra i due ambiti; la normativa europea sotto un duplice aspetto, normativa che è condizione come fonte sovrastante, elemento di condizionamento della normativa nazionale, ma anche come fattore che regola il fenomeno in Europa, al di là dei nostri confini.

Credo che abbiamo anche un problema di lotta alla contraffazione nei riguardi degli stessi prodotti italiani fuori dai confini nazionali, ma dentro l'Europa, e quindi c'è tutto il tema di come sia stata recepita dagli altri Stati membri la Direttiva *enforcement*.

Infine, c'è il terzo livello della normativa, gli accordi ultra comunitari, ACTA (*Anti-Counterfeiting Trade Agreement*) e così via.

La domanda di sintesi che rivolgo al ministro e su cui non attendo, peraltro, una risposta immediata è la seguente: su questi tre livelli, quali miglioramenti, quali

modifiche, quali integrazioni della normativa riteniamo importanti per migliorare il contrasto alla contraffazione?

Concludendo, riprendo il tema – mi ha preceduto il collega Taranto, ma credo che sia di un'importanza assoluta in questa fase storica – della contraffazione che viaggia via web, su cui siamo più in ritardo: riteniamo possibile e opportuno un intervento normativo che tocchi anche, ad esempio, il ruolo dei *provider* o lo riteniamo non compatibile e, in questo caso, cosa riteniamo auspicabile sempre sul piano normativo in materia?

Per quanto mi riguarda, ho concluso. Chiedo quindi al ministro come ritiene di rapportarsi a tutte queste domande, effettivamente tante, che sono state formulate.

FEDERICA GUIDI, *Ministro dello sviluppo economico*. Presidente, anzitutto vi ringrazio. È stata un'occasione anche di confronto e di spunto. Se crede, mi riserverei eventualmente di riconvocarci. Posso tornare personalmente o, comunque, mandare anche qualche integrazione scritta. Credo che alcune questioni molto tecniche richiedano un approfondimento, ma vorrei offrire un contesto, cercando un po' di cogliere il *fil rouge* di tutte le vostre domande più da un punto vista politico, poi mi riservo di ritornare per darci un chiarimento più puntuale.

Credo che sia chiaro per tutti che questa è una materia di estrema importanza, di estrema pervasività, molto complessa. L'avete detto tutti in molti degli interventi. Sono molti, in effetti, gli attori coinvolti, con caratteristiche molto differenti e, probabilmente, anche con esigenze di tutela all'interno delle singole categorie, sensibilità anche differenti tra loro. È molto difficile, quindi, creare iniziative di contesto che tengano conto di aspetti e di sfaccettature così differenti.

Credo anch'io, come è stato detto in più di un'occasione, che siano necessarie e utili – vi forniremo, naturalmente, maggiori ragguagli su questo – delle analisi sui meccanismi di causa ed effetto e, soprattutto, di efficacia delle azioni messe in campo. È evidente che dei sistemi di

monitoraggio e di valutazione sull'effettivo impatto sono fatti e vanno fatti a maggior ragione. Credo vadano sempre più potenziati.

Lo richiamava lei, presidente, nel suo ultimo intervento, ma molti sono stati gli interventi relativi all'aspetto legato all'internazionalizzazione, più che delocalizzazione. Parlerei, infatti, di internazionalizzazione. Sono d'accordo anch'io che contraffazione e *italian sounding* facciano parte in qualche modo della stessa fattispecie, ma con connotazioni diverse, forse una addirittura più difficile ancora da identificare rispetto all'altro.

Chiaramente, il contesto di normativa europea e internazionale, gli accordi e, a maggior ragione, quelli di libero scambio, che dal mio punto di vista devono essere assolutamente sostenuti e perseguiti — questo è di estremo valore economico per quello che ci riguarda — non possono non tener conto di tutti gli aspetti di assoluta tutela.

Da un lato, quindi, dobbiamo spingere perché le nostre imprese e i nostri prodotti possano essere sempre più internazionali e globalizzati; dall'altro, dobbiamo assolutamente vigilare e pretendere che, all'interno di questi accordi, sia assolutamente considerato e tutelato tutto quanto riguarda la protezione dei nostri marchi, dei nostri brevetti, dell'italianità e di tutto ciò che è legato alla lotta alla contraffazione. I tre livelli, quindi, domestico, europeo e l'internazionale, vanno considerati dal punto di vista sia della normativa sia delle effettive ripercussioni, da cui anche un po' la difficoltà.

Quali risorse ci saranno? In questo momento, siamo sotto la legge di stabilità, con tutto ciò che questo comporta in termini di capitoli di spesa e di copertura, ma posso dire che mi riserverò di fornirci maggiori dettagli nelle prossime settimane. Posso solo accennare al fatto, ad esempio, che in quello che abbiamo chiamato Piano straordinario per il *made in Italy*, comunque entrato nell'ultimo Decreto sblocca Italia, per cui godrà evidentemente di una copertura in legge di stabilità, una delle azioni previste, oltre a uno sforzo supple-

tivo di slancio verso l'internazionalizzazione delle nostre imprese, è ancora più spinta, ancora più forte proprio rispetto ai fenomeni dell'*italian sounding*. Filosoficamente, vi dico già che, personalmente, ma credo tutti noi, crediamo profondamente nel fatto che vadano potenziati tutti gli strumenti utili ed efficaci.

D'altronde, ormai il mondo è cambiato. Siamo in un'economia totalmente globalizzata. Ci auguriamo che le nostre imprese e i nostri prodotti saranno sempre più in giro per il mondo e sempre più saremo anche un mercato di arrivo di merci, come diceva il presidente, non solo dall'Unione europea, ma molto spesso da altri Paesi.

In relazione al nuovo sistema che si è globalizzato con un nuovo modello industriale, produttivo e di consumo, cambiato, è evidente che bisogna mettere risorse. Le attività, gli enti, le azioni a supporto di tutto quello che riguarda la tutela rispetto a fenomeni che creano un danno economico e molto spesso rispetto, ad esempio, alla salute, devono essere sostenuti. Non so fornire una cifra precisa oggi, ma filosoficamente il discorso è questo. Ne è dimostrazione che anche nel Piano straordinario per il *made in Italy* abbiamo comunque ribadito un'azione straordinaria proprio rispetto ai fenomeni di contrasto relativi all'*italian sounding*.

Concludo dicendo che, proprio per la dimensione internazionale che questi fenomeni hanno in fase sia di uscita sia di entrata dei prodotti, anche in questo Piano straordinario per il *made in Italy* vi è un ruolo di tutti i nostri enti presenti all'estero. È stata citata ICE, di cui molte sezioni e molti uffici già sono dedicati proprio al supporto e all'aiuto alle nostre aziende per la tutela dei propri marchi, dei propri brevetti, dei propri diritti di proprietà intellettuale.

Questo fenomeno sarà in crescita come necessità di servizio. Oggi, infatti, speriamo che i mercati diventino sempre più di sbocco delle nostre merci e delle nostre imprese. Naturalmente, sono mercati anche più complicati, più complessi, dove sappiamo benissimo che ancora oggi, no-

nostante tutti gli sforzi dell'Unione europea per cercare accordi bilaterali che reggano da questo punto di vista, restano fenomeni di copie, di contraffazione, di non tutela dei diritti di proprietà intellettuale molto considerevoli.

Certe misure esistono già. Stiamo continuando a supportarle e le supporteremo sempre di più. Oserei dire che in alcuni casi è quasi più importante avere la certezza della possibilità di tutelare questo tipo di diritti, quasi più importante, molto spesso, che avere un sostegno finanziario per le imprese che vogliono aggredire certi mercati.

Rispetto a tutto questo, ovviamente accolgo anche la riflessione sul piano sanzionatorio, amministrativo, civile o penale. È chiaro anche, come dicevo, che pure un po' la complessità della materia fa sì che necessariamente — questo, probabilmente, è anche un bene — ad esempio molti dei ministeri siano coinvolti, con un'opera anche di armonizzazione di molte competenze, distribuite non solo sul Ministero dello sviluppo economico, ma anche su altri.

Mi rendo conto che questa è una risposta molto rapida su un tema molto complesso, ma era per darvi un primissimo *feedback* rispetto a molte sollecitazioni e domande che sono arrivate e che ritengo molto interessanti.

Nel ringraziarvi ancora, naturalmente m'aspetto che questa collaborazione continui. Darei un appuntamento a qualche

settimana. Adesso magari ci sentiremo con il presidente per fornirvi comunque per iscritto, se volete anche personalmente, tutte le delucidazioni ulteriori che oggi non siamo riusciti a darci reciprocamente. Grazie.

PRESIDENTE. Credo che con quest'impegno del Ministro Guidi possiamo chiudere i lavori di questa audizione. Avrò modo nei prossimi giorni di verificare insieme al ministro quale sia il percorso. C'è la disponibilità importantissima del ministro a tornare, nonché a fornire una nota scritta. Ho colto in passaggi precedenti anche un'indicazione del ministro sulla possibilità di ascoltare anche la senatrice Vicari, sottosegretaria al Ministero dello sviluppo economico e presidente del CNAC, ed eventualmente anche la struttura ministeriale, se del caso.

Nel ringraziare ancora il ministro, dispongo che la relazione prodotta sia allegata al resoconto stenografico della seduta odierna e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.40.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. RENZO DICKMANN

*Licenziato per la stampa
il 27 gennaio 2016.*

ALLEGATO

**Relazione presentata dal Ministro dello sviluppo economico
Federica Guidi**

*Audizione del Ministro Guidi
presso la Commissione Parlamentare di inchiesta sui fenomeni
della contraffazione, della pirateria in campo commerciale
e del commercio abusivo*

Roma, 11 settembre 2014

Indice degli argomenti

Impatto del fenomeno della contraffazione sugli operatori economici

L'assetto istituzionale della lotta alla contraffazione: il ruolo del CNAC

Il Piano Nazionale Anticontraffazione (PNA): priorità strategiche ed interventi realizzati

L'attualizzazione del PNA: priorità strategiche 2014-2015 e proposte di azione

Impatto del fenomeno della contraffazione sugli operatori economici

Va innanzitutto sottolineato che la contraffazione è fenomeno:

- **pervasivo**, cioè esteso ormai a tutti i settori produttivi, caratterizzato da specializzazione territoriale e flessibilità rispetto alle mutevoli esigenze di mercato;
- **globale**, nella produzione e nei consumi, tanto che a livello internazionale si stima che il **valore dei prodotti contraffatti commercializzati nel mondo possa arrivare entro il 2015 a 960 miliardi di dollari**¹;
- ampiamente dominato dalla **criminalità organizzata**².

Ritengo. Dunque, che è alla luce di queste caratteristiche che bisogna considerare ed interpretare le conseguenze economiche e sociali del fenomeno per poi mettere in campo gli strumenti e le pratiche di contrasto.

Ecco alcuni significativi dati (Rapporto MiSe - Censis 2014) attinenti all'impatto che il fenomeno ha sugli operatori economici: **Stato, imprese, consumatori.**

- Con un **fatturato in Italia pari a 6 miliardi e 535 milioni di euro**³, la contraffazione sottrae al **sistema economico legale nazionale 17 miliardi e 773 milioni di produzione**:
 - 6 miliardi e 400 milioni di valore aggiunto (corrispondente allo 0,45% dell'intero PIL italiano);
 - 5 miliardi e 280 milioni di entrate erariali (circa il 2% del totale delle entrate)
 - 105 mila unità di lavoro (pari a circa lo 0,44% dell'occupazione complessiva nazionale).

Questi dati sono complessivamente in lieve calo rispetto alla precedente rilevazione (riferita a dati 2010), calo spiegato dalla crisi economica in atto e dalla caduta dei consumi e del potere d'acquisto delle famiglie, che si ripercuotono su tutti i segmenti

¹ "Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy", International Chamber of Commerce, 2011. L'impatto economico complessivo stimato dalla ICC entro il 2015 è pari a 1.700 miliardi di dollari.

² "La contraffazione come attività gestita dalla criminalità organizzata transnazionale: il caso italiano", MISE-UNICRI, 2012. Vedasi anche "Bilancio Mafia SPA" (Rapporto di SoS Impresa Confesercenti del 2010) in cui i ricavi da **contraffazione**, tra le fonti di reddito della Mafia (intesa come criminalità organizzata), **superano il contrabbando e addirittura il traffico di armi**. Si rimanda infine anche ai contributi del Gen. Girone e dell'allora procuratore nazionale antimafia Pietro Grasso riportati nella "Relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare" del 6 dicembre 2011, redatta dalla Commissione Parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale nella XVI Legislatura.

³ Questo dato insieme ai successivi citati nel paragrafo sono frutto dell'analisi MISE-Censis contenuta nel rapporto 2014 "La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti. Rapporto 2014. La parola ai giovani e al territorio", che verrà ufficialmente presentato in occasione di un evento pubblico che si terrà a Roma il 30 settembre 2014. I dati riportati nel testo si riferiscono al 2012.

di spesa, anche quelli relativi ai prodotti contraffatti. Ciò conferma l'ipotesi che il mercato del falso segue lo stesso trend del mercato legale e non sembra avere un andamento anticiclico.

➤ La contraffazione danneggia direttamente le **imprese**.

La consapevolezza di questo danno (con la conseguente adozione di strumenti di tutela), tuttavia, esiste soprattutto a livello di grandi imprese, detentrici di marchi noti e brevetti importanti. Viene invece espressa in maniera generalizzata dalle piccole o medio-piccole imprese, che certamente risentono della concorrenza sleale dei contraffattori, ma manifestano una certa resistenza a mettere in atto delle forme di tutela, in primis il ricorso ai titoli di proprietà industriale.

In base al **Rapporto MiSE-Censis 2014⁴** oltre il **46% degli intervistati afferma che l'acquisto di merce contraffatta è un'abitudine in crescita tra i consumatori** (in particolare con riferimento agli articoli di **abbigliamento e agli accessori**) e **ipotizza che sul proprio territorio venga prodotta merce falsa**.

➤ La contraffazione danneggia anche i **consumatori** che, se in relazione ad alcune tipologie di prodotti contraffatti sono complici del fenomeno (**il 20% dei consumatori italiani compra merce contraffatta e tra i giovani di età compresa tra i 18 e i 25 anni, una percentuale pari a circa il 75% di consumatori consapevoli**)⁵, per altre categorie (come per esempio i farmaci o i prodotti agroalimentari) sono acquirenti pressoché inconsapevoli.

L'attività di indagine delle autorità di *enforcement* a tutela dei consumatori, come vedremo in prosieguo, si sta da questo punto di vista focalizzando sempre più sulle piattaforme di commercio *online*, dove in misura crescente vengono individuati versioni contraffatte o falsificate di farmaci, pesticidi, apparecchiature domestiche e ricambi auto potenzialmente letali per i consumatori⁶.

⁴ "La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti. Rapporto 2014. La parola ai giovani e al territorio", MiSE-Censis, 2014. L'approfondimento è stato realizzato intervistando più di 300 operatori attivi presso enti di rappresentanza datoriale e dei lavoratori (associazioni di categoria, camere di commercio, associazioni sindacali) su tutto il territorio nazionale.

⁵ Il dato deriva da uno studio condotto nel 2010 dal MiSE in collaborazione con Unioncamere. Coerente con altre indagini condotte a livello europeo, il dato tuttavia sembra sottostimare il fenomeno. Ciò anche alla luce del fatto che **nel Rapporto MiSE-Censis 2014 emerge, tra i giovani di età compresa tra i 18 e i 25 anni, una percentuale pari a circa il 75% di consumatori consapevoli** (tre quarti degli intervistati per l'approfondimento sui giovani realizzato per il Rapporto ha dichiarato di aver comprato spesso o qualche volta merce contraffatta).

⁶ "Awareness and Knowledge Building Conference on Counterfeit Household Products and Fake Automotive Parts" (Alicante, 3-6 novembre 2013) organizzata dall'Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno (UAMI, sede dell'Osservatorio Europeo sulla violazione dei diritti di proprietà intellettuale) ed Europol, a cui ha partecipato anche l'US Immigration and Customs Enforcement (ICE), membro dell'IPR Center statunitense (task force di coordinamento tra 17 agenzie federali e 4 agenzie internazionali per l'enforcement dei diritti di PI).

L'assetto istituzionale della lotta alla contraffazione: il ruolo del CNAC

Fatte queste necessarie premesse che mi hanno consentito di evidenziarvi *in primis* l'impatto socio – economico del fenomeno, va però sottolineato che l'Italia costituisce un modello evoluto di lotta alla contraffazione avendo messo in atto efficaci strumenti e pratiche di contrasto al fenomeno in così forte diffusione.

Il “sistema nazionale anticontraffazione” può infatti contare, oltre che su un assetto legislativo avanzato, anche su un assetto istituzionale articolato.

Nel 2009 infatti, con la creazione della **Direzione Generale per la lotta alla contraffazione e la tutela dei titoli di proprietà industriale - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM)**, il Ministero dello Sviluppo Economico ha assunto il ruolo di Autorità Nazionale responsabile della formulazione delle politiche per la lotta alla contraffazione.

Tale Direzione Generale, difatti, include sia la competenza in materia di lotta alla contraffazione, che di registrazione dei titoli di proprietà industriale, nell'ottica di valorizzare la funzione del sistema di PI come driver per la crescita del PIL e per la crescita occupazionale⁷.

Nel 2010, proprio a testimoniare il costante impegno e la crescente attenzione nei confronti del fenomeno, è stata istituita la **Commissione Parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale**.

Da ultimo, nel 2011 è stato costituito il Consiglio Nazionale Anticontraffazione (**CNAC**), con sede presso il Ministero dello Sviluppo Economico, che riunisce tutti gli operatori del sistema dell'anticontraffazione italiano.

Il **Consiglio Nazionale Anticontraffazione** è l'organismo interministeriale con funzioni di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ogni amministrazione in materia di lotta alla contraffazione.

Il Consiglio ha **12 membri** - 11 ministeri (Sviluppo Economico, Economia e Finanze, Affari Esteri, Difesa, Politiche Agricole, Interno, Giustizia, Beni e Attività Culturali, Lavoro e Politiche Sociali, Salute, Funzione Pubblica) più l'ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani) - ed è presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico. Proprio in questi giorni ho delegato il Sottosegretario Simona Vicari a presiedere le riunioni del Comitato anticontraffazione e a curare le relative attività.

⁷ Ce ne dà conferma un recente studio condotto da UAMI e EPO sulle industrie ad alta densità di PI : queste contribuiscono al 39% del PIL della UE – pari a 4700 miliardi di euro – e al 35% dell'occupazione, con un premio salariale superiore al 40% rispetto alle altre industrie. In questo contesto l'Italia si attesta sopra la media sia in termini di occupazione che di PIL, rispettivamente con il 26,8% e il 40,8%.

Il CNAC coinvolge, come già prima evidenziato, tutti i soggetti che si occupano di lotta alla contraffazione (Forze dell'Ordine, associazioni imprenditoriali e associazioni dei consumatori), sia ad un livello più strategico (con le **Commissioni Permanenti** delle Forze dell'Ordine⁸ e delle Forze produttive e dei Consumatori⁹) sia ad un livello più operativo con le **Commissioni Tematiche**.

Queste ultime in particolare hanno il compito di proporre azioni e strumenti concreti per affrontare il problema della contraffazione negli ambiti prioritari individuati dal Consiglio¹⁰.

Questo particolare meccanismo di *governance* ha reso più efficace il Sistema Nazionale Anticontraffazione perché ha permesso di esprimere, per la prima volta nel nostro Paese e in poco tempo dall'insediamento del Consiglio (avvenuto a dicembre 2010), una progettualità unitaria in materia di lotta alla contraffazione: il Piano Nazionale Anticontraffazione.

⁸ Agenzia delle Dogane, Comando CC per la Tutela della Salute, Comando CC Politiche Agricole e Alimentari, Comando CC per la Tutela del Patrimonio Culturale, Corpo Forestale dello Stato, Guardia di Finanza, ICQRF - Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari, Polizie Municipali, Polizia Postale.

⁹ Confagricoltura, Confartigianato, Confapi, Confesercenti, Confcommercio, Confederazione Italiana Agricoltori, Confindustria, CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa), Coldiretti, Unioncamere, AICIG - Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche, CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti).

¹⁰ Tredici Commissioni Tematiche (specializzate prevalentemente per settore economico: Agroalimentare, Design, Dispositivi Anticontraffazione, Elettronica, Farmaci e Cosmetici, Fiere, Giocattoli, Internet, Meccanica, Moda-Tessile-Accessori, Opere d'arte, Pirateria, Sport) furono istituite nel 2011 con il compito di esplicitare le priorità in materia di contraffazione nei settori e ambiti tematici di propria competenza. Da questo lavoro (raccolto in un documento completato a fine 2011 e già agli atti della Commissione Parlamentare sulla contraffazione della precedente legislatura) è scaturita in particolare l'indicazione di 41 priorità in materia di lotta alla contraffazione (3 per ciascun settore/tema più 2 di natura giuridica) e l'individuazione delle relative proposte di azione, a loro volta confluite nel Piano Nazionale Anticontraffazione del 2012. Con l'attualizzazione delle priorità anticontraffazione 2014-2015, le Commissioni Tematiche in essere hanno modificato la loro mission e il loro focus tematico, passando così da 13 a 3. Attualmente sono quindi operative le seguenti Commissioni Tematiche: "Tutela del Made in Italy da fenomeni di usurpazione all'estero", "Enforcement e presidio territoriale", "Commissione Tematica Lotta alla contraffazione via internet".

Il Piano Nazionale Anticontraffazione: priorità strategiche e interventi realizzati

Il Piano Nazionale Anticontraffazione (PNA) è il quadro strategico per la lotta alla contraffazione a livello nazionale, che indica gli indirizzi per orientare l'azione delle amministrazioni e dei policy maker impegnati nel contrasto al fenomeno.

Esso ha segnato una svolta rispetto al passato nel modo di affrontare da un punto di vista strategico la lotta alla contraffazione, sia per la governance delineata, sia per l'approccio bottom up adottato, che ha preso le mosse dalla considerazione delle esigenze concrete di chi è danneggiato dalla contraffazione, imprese e consumatori.

Il Piano Nazionale è stato infatti costruito lavorando insieme a questi soggetti – rappresentati in seno al CNAC attraverso le Commissioni Permanenti e le Commissioni Tematiche in precedenza citate – per individuare gli ambiti in cui è prioritario intervenire e gli strumenti con i quali intervenire.

Il PNA ha indicato **6 ambiti prioritari** in materia di lotta alla contraffazione:

- Comunicazione/informazione/formazione destinata ai consumatori
- Enforcement
- Rafforzamento del presidio territoriale
- Lotta alla contraffazione via Internet
- Formazione alle imprese in tema di tutela della PI
- Tutela del Made in Italy da fenomeni di usurpazione all'estero

Nel PNA sono anche contenute **50 best practices** (progetti anticontraffazione già realizzati) che hanno fatto da modello per l'ideazione e la realizzazione di iniziative in ciascuno degli ambiti prioritari.

In particolare, per quanto attiene l'ambito relativo alla **comunicazione/formazione/informazione**, mi preme sottolineare che la contraffazione si combatte indebolendo la domanda da parte dei consumatori. A tal fine è necessario sensibilizzare i consumatori circa la natura del fenomeno, la sua pericolosità per la salute e la sicurezza delle persone e il pregiudizio che arreca al sistema economico nazionale; penso ad esempio, a tal riguardo, ad una particolare categoria merceologica come quella dei giocattoli.

Tutto ciò ritengo vada realizzato integrando l'intera "filiera" del percorso di sensibilizzazione - ossia comunicazione, informazione e formazione - dedicando particolare attenzione ai giovani.

Tre sono in particolare le iniziative realizzate dal MISE in questo ambito:

- a. la **campagna nazionale di comunicazione** in materia di proprietà industriale e lotta alla contraffazione, realizzata in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri con lo slogan *“Difendi la Proprietà Industriale, fai crescere le tue idee”*;
- b. le **attività di educazione dirette agli insegnanti e agli alunni** delle scuole primarie e secondarie sulla tutela della Proprietà Industriale e sulla lotta alla contraffazione, in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, allo scopo di far conoscere il valore dell'attività inventiva quale leva dello sviluppo della società in cui i giovani vivono e il disvalore della contraffazione quale freno alla creatività e fonte di attività criminale;
- c. le iniziative di **sensibilizzazione dei cittadini** realizzate in collaborazione con le associazioni dei consumatori attraverso progetti che coinvolgono attivamente i consumatori nella lotta alla contraffazione, anche tramite gli sportelli di assistenza che le associazioni gestiscono sul territorio o strumenti di comunicazione e di marketing innovativi;

Altro obiettivo prioritario che il Piano Nazionale Anticontraffazione si è posto è, come dicevo, quello relativo al **rafforzamento del presidio territoriale**; la contraffazione va combattuta in maniera capillare per impedire il radicamento dell'illegalità a livello territoriale. In tal senso infatti **il MISE ha finanziato, per un totale 1,5 milioni di euro**, il Programma Nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione, realizzato da ANCI (Associazione Nazionale dei Comuni Italiani). Il suddetto Programma ha dato la possibilità ai Comuni di realizzare attività e iniziative per promuovere, diffondere e condividere nuovi strumenti e pratiche innovative per il contrasto del fenomeno della contraffazione e delle attività illegali ad essa collegate. I Comuni che si sono aggiudicati le risorse messe a disposizione dal MiSE sono stati 27.

La contraffazione si combatte altresì innalzando anche il livello di consapevolezza da parte dei titolari dei diritti di PI, integrata dalla conoscenza degli strumenti che l'ordinamento giuridico mette a disposizione per la protezione di tali diritti. Pertanto, rispetto al su richiamato obiettivo **“Formazione alle imprese”**, nel 2013 il MiSE ha realizzato, in collaborazione con le associazioni di categoria più rappresentative, oltre **230 giornate** di formazione sugli aspetti di business strettamente correlati alla proprietà industriale su tutto il territorio nazionale, strutturate sia in forma di seminari su temi specifici, sia in forma di incontri one-to-one con le imprese. Si pensi, che a **tali giornate formative hanno partecipato oltre 700 imprese**.

Bisogna tuttavia conoscere bene il fenomeno contraffazione per mettere a punto strategie di previsione e contrasto nuove ed efficaci. A tal fine, il Ministero realizza indagini, studi e ricerche sul fenomeno, anche in collaborazione con partner nazionali e internazionali, costituendo una sorta di **Osservatorio Nazionale sulla Contraffazione**, su vari filoni di ricerca:

- macroeconomico, come accennavo in apertura di audizione (con la valutazione dell'impatto della contraffazione sul sistema economico nel suo complesso) e microeconomico (impatto sui singoli operatori – consumatori e imprese – e sui settori produttivi), in collaborazione con Censis;
- numero dei sequestri di prodotti contraffatti compiuti in Italia: ammontano a **circa 335 mln** i prodotti sequestrati per contraffazione da Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza nel periodo 2008-2013, in **circa 100.000 sequestri**, per un valore stimato di quasi € **3,8 mld**. Attraverso la Banca dati IPERICO - Intellectual Property -Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting, vista l'importanza di monitorare al meglio il fenomeno, attraverso una visione integrata nazionale, europea e globale, vengono raccolti e armonizzati i dati sull'attività di contrasto dei diversi Corpi preposti (Guardia di Finanza; Agenzia delle Dogane; Carabinieri; Polizia di Stato; Polizie locali), dati relativi a diverse tipologie di illeciti (contraffazione, pirateria, violazioni in materia di Made in Italy e di Sicurezza dei prodotti)
- coinvolgimento della criminalità organizzata nella contraffazione, in collaborazione con UNICRI (Istituto di ricerca delle Nazioni Unite sul crimine e la giustizia);
- percezione del fenomeno da parte dei consumatori e delle imprese, anche in relazione ai settori maggiormente colpiti dal fenomeno;
- quantificazione della contraffazione online e caratteristiche che il fenomeno assume in ambiente Internet.

L'attualizzazione del Piano Nazionale Anticontraffazione: le priorità strategiche 2014-2015 e le proposte di azione

Proseguendo nell'attuazione del Piano, un nuovo slancio alla progettualità del Consiglio Nazionale Anticontraffazione è stato oggi impartito sotto l'impulso delle opportunità che si presentano al nostro Paese con il semestre di Presidenza UE ed EXPO 2015.

Ciò ha portato il Consiglio a rifocalizzare gli obiettivi strategici su **tre ambiti prioritari**:

- 1) Tutela del Made in Italy da fenomeni di usurpazione all'estero
- 2) Enforcement (inteso come controllo e repressione delle violazioni e come rafforzamento del presidio territoriale)
- 3) Lotta alla contraffazione via internet

La nuova fase attuativa è stata avviata lo scorso aprile. A questo scopo sono state insediate tre Commissioni Tematiche CNAC, una per ciascuna priorità, che hanno lavorato ad alcune proposte di azione sulla base di un'agenda dettata dal Consiglio. Le Commissioni Tematiche hanno presentato le loro relazioni conclusive lo scorso luglio¹¹.

Le proposte scaturite da tale lavoro riguardano per lo più interventi legislativi e specifiche azioni volte a rafforzare la cooperazione tra i soggetti impegnati nel contrasto al fenomeno.

Venendo all'analisi delle proposte più incisive rispetto ai tre ambiti prioritari d'intervento, i cui dettagli potranno essere rappresentati alla Commissione dallo stesso CNAC, va detto che la **tutela del Made in Italy da fenomeni di usurpazione all'estero**, è stato considerato come ambito di azione prioritario anche per il biennio 2014-2015 tenendo conto del contestuale svolgimento nel medesimo periodo dell'Esposizione Universale, occasione unica per il rilancio dell'economia del nostro paese, in particolar modo di quella fondata sulle nostre eccellenze produttive, specialmente nel settore agroalimentare.

L'apposita Commissione Tematica CNAC ha elaborato in merito due proposte normative:

- una **Legge speciale per la tutela dei segni distintivi di EXPO 2015**, per rispondere all'esigenza di contrastare fenomeni di usurpazione di un marchio

¹¹ Le relative proposte saranno deliberate nella prossima riunione dal CNAC.

connesso ad un evento di rilevanza mondiale. Nella proposta di legge elaborata dalla Commissione Tecnica “Made in Italy” la tutela riguarda non solo in generale tutti “i segni distintivi registrati o usati” da Expo 2015 S.p.A. (quindi anche mascotte ed eventuali personaggi e relativi nomi), ma include anche il c.d. “ambush marketing” ovvero il marketing parassita consistente nell’associazione indebita (non autorizzata) di un brand ad un evento mediatico.

- una **iniziativa legislativa in materia di marchi collettivi** per la valorizzazione della produzione italiana di qualità¹². La Commissione Tematica ha proposto infatti di incentivare **l’adozione di marchi collettivi volontari di fonte privata, anche gestiti in forma consortile ed elaborati dai singoli settori**. L’esempio di riferimento è il marchio “Ceramics of Italy” che rappresenta e promuove le aziende dell’industria ceramica italiana nel mondo. A questo scopo la Commissione Tematica ha elaborato una bozza di articolato per una *“Delega per la promozione delle produzioni di qualità sul mercato globale mediante l’istituzione di marchi collettivi di settore”*.

Per rendere inoltre l’Esposizione Universale *“libera da contraffazione”*, la Commissione Tematica ha proposto di creare dei **“presidi anticontraffazione”** presso Expo. Attualmente sono in corso contatti con gli organizzatori EXPO per verificare se tra gli strumenti di autoregolamentazione dell’Esposizione Universale siano già previsti meccanismi e procedure atti a tutelare espositori e visitatori contro tutte le possibili fattispecie di violazione relative alla contraffazione e al fenomeno collegato dell’Italian Sounding.

¹² La Commissione Tematica CNAC ha preso in considerazione, sulla scia di recenti proposte di legge volte ad istituire un marchio unico di qualità di proprietà dello Stato per promuovere i prodotti nazionali, l’ipotesi dell’istituzione di marchi collettivi che dovrebbero qualificare il valore e la qualità dei prodotti italiani. La Commissione Tematica tuttavia non ha lavorato sull’ipotesi di istituzione di un marchio universale (cioè un marchio da applicarsi a tutte le produzioni di tutti i settori) per tre ordini di motivi. In primo luogo ha ritenuto che un marchio di questo tipo possa ingenerare confusione nel consumatore in quanto si aggiungerebbe al marchio di origine “Made in Italy”, che già costituisce un formidabile vettore per l’export nazionale.

In secondo luogo, dal punto di vista della gestione operativa il marchio unico collettivo presenterebbe alcune problematiche. La disciplina del marchio collettivo¹² infatti prevede che ogni marchio sia accompagnato da uno specifico disciplinare, per garantire qualità diverse e non omogenee. Essendo però inverosimile che un unico disciplinare possa qualificare tutti i settori, ogni settore merceologico dovrebbe dotarsi di un suo disciplinare, ma ciò determinerebbe costi di gestione e controllo che si prefigurerebbero assai elevati.

In terzo luogo, in relazione all’adozione di marchi collettivi di proprietà di enti pubblici finalizzati a promuovere i prodotti nazionali si porrebbe un problema di compatibilità con l’ordinamento comunitario: in materia esiste una nutrita giurisprudenza della Corte di Giustizia Europea che ritiene incompatibile con l’ordinamento comunitario vigente la presunzione di qualità legata alla localizzazione nel territorio nazionale del processo produttivo.

Con riferimento all'enforcement e al rafforzamento del presidio territoriale, nel biennio 2014-2015 le prospettive di azione di tutte le amministrazioni competenti in materia di anticontraffazione dovranno convergere verso un maggior coordinamento a livello territoriale, anche per contrastare il dilagare del fenomeno dell'abusivismo commerciale, nell'ambito del quale la contraffazione rappresenta certamente una parte significativa.

Decisiva sarà peraltro la **sensibilizzazione dei consumatori**, anche attraverso il **rilancio dello strumento della sanzione** all'acquirente consapevole di prodotti contraffatti. In tal senso, peraltro, vanno le evidenze ricavate dall'attuazione del primo Piano di Azioni Territoriali realizzato nello scorso biennio in collaborazione con ANCI, nonché le richieste delle associazioni imprenditoriali, prime fra tutte quelle rappresentative delle imprese commerciali.

La Commissione Tematica "Enforcement", al fine di assicurare coerenza tra le iniziative delle amministrazioni centrali e quelle delle amministrazioni locali, ha elaborato inoltre un **modello di raccordo** tra soggetti impegnati nella lotta alla contraffazione a livello locale che potrà essere applicato in maniera flessibile, tenendo conto delle diverse esigenze del territorio. L'applicazione potrà avvenire attraverso la **stipula di protocolli tra amministrazioni, associazioni e autorità locali**.

Rilevo che quanto proposto rappresenta una linea di intervento che risulta pienamente coerente con la direttiva di agosto del Ministro dell'Interno¹³, avente ad oggetto la prevenzione e il contrasto all'abusivismo commerciale e alla contraffazione.

In ordine infine alla **lotta alla contraffazione via Internet**, la vendita di prodotti contraffatti sul web accompagna lo sviluppo del commercio elettronico, nel nostro Paese e nel resto del mondo oramai globalizzato, sotto il profilo economico e commerciale. Le evidenze degli studi condotti nel passato biennio dal nostro Ministero nonché le richieste crescenti del mondo imprenditoriale, hanno convinto il CNAC a considerare tale ambito di azione prioritario nel biennio a venire per imprimere un deciso cambio di passo alle azioni di contrasto della contraffazione online, anche attraverso il coinvolgimento di tutti gli attori a vario titolo interessati,

¹³ "Mettere in campo un'azione sinergica da estendere, in relazione alle specificità locali, a tutti i soggetti interessati per stabilire le aree ritenute prioritarie e le modalità e tempistiche degli interventi". Direttiva dell'8 agosto 2014 a firma del Ministro dell'Interno indirizzata a tutti i Prefetti.

siano essi operatori economici del mondo digitale o produttori di beni o consumatori degli stessi.

Tenendo conto di quanto rappresentato dagli internet service provider e dai titolari dei diritti di proprietà industriale, la Commissione Tematica ha proposto di adottare strumenti e regole volontari per prevenire e contrastare la contraffazione online. Esistono sotto questo profilo dei modelli già funzionanti - le *chartes* francesi e il “Protocollo d’intesa per la lotta contro al vendita online di merci contraffatte” sviluppato nell’ambito dello *Stakeholder Dialogue* della Commissione Europea – che hanno dimostrato come gli accordi spontanei possano fornire la flessibilità per adattarsi rapidamente agli sviluppi tecnologici e offrire soluzioni efficienti al problema della contraffazione online.

I rappresentanti dei provider e delle imprese riuniti nella Commissione Tematica hanno inoltre concordato di stabilire un **periodo di sperimentazione** durante il quale non escludono la possibilità di riconsiderare una revisione delle norme ora in vigore, tenendo conto comunque che la disciplina comunitaria verrà presumibilmente riordinata in un prossimo futuro.

Una riunione degli stakeholder verrà organizzata entro il mese di ottobre per la scelta dello strumento più idoneo (*chartes* o protocollo UE) attraverso il quale realizzare la sperimentazione.



A chiusura della mia audizione vorrei menzionare alcune iniziative che rafforzano la lotta alla contraffazione a livello europeo e internazionale:

un’iniziativa normativa in corso di negoziato a Bruxelles dal 2013, il cosiddetto “**Pacchetto marchi**”, a cui la Presidenza italiana attribuisce massima priorità. Nell’ambito del Pacchetto Marchi è prevista una proposta che consentirà alle autorità doganali su richiesta del titolare del marchio di fermare prodotti contraffatti in transito sul territorio dell’Unione anche quando la destinazione finale delle merci è un Paese terzo, evitando così che il Mercato unico si trasformi in un hub per lo smistamento dei prodotti contraffatti¹⁴. L’auspicio è di poter concludere il negoziato politico entro il semestre italiano;

¹⁴ Tali disposizioni sono pienamente condivise dall’industria italiana europea: vi è stata una chiara presa di posizione congiunta di Business Europe e altre organizzazioni (in Italia, Confindustria e Indicam) che sottolineano come la questione sia in cima alla lista delle priorità. Il segnale dato dall’Italia proprio in apertura del semestre di Presidenza UE è stato pertanto forte, nel senso del rafforzamento dei controlli e dei poteri delle autorità doganali, in un contesto peraltro di forte dialettica con i Paesi del Nord Europa contrari a tale innovazione normativa, e l’impegno proseguirà

due eventi, organizzati dal MiSE, che si prefiggono di favorire una concreta cooperazione nell'enforcement a livello internazionale:

la **riunione dei CNAC euromediterranei** (Roma, 25 novembre 2014) finalizzata a costituire un partenariato vero e fattivo per lo scambio di informazioni e l'assistenza alle imprese italiane nei paesi partecipanti al processo (Italia, Francia, Bulgaria, Croazia, Serbia, Romania, Spagna, Portogallo, Grecia, Malta, Slovenia, Libano, Giordania, Marocco, Algeria, Tunisia, Turchia, Egitto, Emirati Arabi Uniti);

la **riunione dell'Osservatorio Europeo** sulle violazioni della proprietà intellettuale (Roma, 26 novembre 2014) per porre al centro della discussione l'efficacia del modello di coordinamento, indirizzo e impulso del CNAC, da estendere a tutti gli altri Stati europei che non hanno strutture analoghe di concertazione strategica a livello nazionale.

Queste sono le principali linee di indirizzo del Ministero dello Sviluppo Economico sulla materia della contraffazione.

La Commissione, che ringrazio per l'attenzione, ove riterrà, potrà acquisire ulteriori elementi di approfondimento sul tema dal Sottosegretario Vicari per conto del Consiglio Nazionale Anticontraffazione e dalla Direzione Generale competente del Ministero dello Sviluppo Economico.

anche durante i prossimi negoziati con il Parlamento Europeo, che si svolgeranno attraverso i cosiddetti "triloghi", negoziati sin dall'inizio costantemente presidiati dal Ministero dello sviluppo economico, che esprime anche la Presidenza del competente Gruppo di lavoro del Consiglio dell'Unione europea.

Possibili domande d'interesse

1. *Da cosa dipende il permanere di palesi e reiterati episodi di diffusione di merci contraffatte, nelle principali piazze d'Italia e nei luoghi storici aperti al turismo internazionale delle maggiori città italiane, senza vi siano interventi strutturali in grado di rimuovere permanentemente tali fenomeni, a differenza di quanto accade invece accade nel principali città europee?*

Rispetto alla presenza di un invasivo fenomeno di abusivismo commerciale, soprattutto nelle aree a maggiore vocazione turistica, il Ministero dello Sviluppo Economico non dispone direttamente della operatività delle Forze dell'Ordine (nella competenza precipua delle Prefetture e del Ministero dell'Interno) né tanto meno può direttamente incidere in materia di indirizzi e politiche connesse ai flussi migratori (gran parte dei venditori abusivi viene reclutata tra gli immigrati irregolari per ovvie motivazioni legate alla situazione di bisogno in cui gli stessi versano, che li espone a forme di sfruttamento da parte dei grandi gruppi criminali, tra cui quella di offrire per la vendita prodotti contraffatti o falsificati). Pur tuttavia, la DGLC-UIBM e da ultimo il CNAC hanno a più riprese avviato contatti proprio con il Ministero dell'Interno per addivenire ad una politica concertata in materia, anche attraverso direttive congiunte alle Prefetture e per loro tramite alle Forze dell'Ordine. Ad oggi, però, non si è pervenuti ad un risultato consolidato ma solo ad iniziative spot; peraltro, proprio l'8 agosto u.s. il Ministro dell'Interno ha provveduto ad emanare una direttiva in materia di contrasto all'abusivismo commerciale e alla contraffazione nel periodo estivo.

2. *Nel settore del design ritiene occorra una maggiore uniformità d'impostazione, sia a livello nazionale che estero, nella protezione giuridica sotto il profilo del diritto d'autore, sotto il profilo della registrazione, dell'identificazione, della concorrenza sleale a livello nazionale? E ancora quali iniziative sono ipotizzabili per una maggiore tutela del "design non registrato" che riguarda molte imprese della filiera nazionale, anche di tipo artigianale, rispetto agli interessi di imprese che hanno delocalizzato la produzione, e per le quali la tutela transitoria di esclusione dalla disciplina della registrazione del diritto d'autore accordata dall'art. 239 del codice della proprietà industriale (D.Lgs. n.30/2005) per tredici anni è scaduta nell'aprile 2014?*

A tal proposito, non si è ritenuto di fornire puntuali argomentazioni all'interno della Relazione, in quanto trattasi di tematiche che coinvolgono in maniera cruciale per l'efficacia dell'azione pubblica altre amministrazioni (ci si riferisce alla prima delle

questioni sopra riportate) o che si distinguono per la forte contrapposizione di interessi economici in campo (la seconda).

La vicenda vede divergenti interpretazioni in dottrina e nella giurisprudenza nazionale nonché forti contrapposizioni tra gruppi imprenditoriali (da un lato piccole imprese, soprattutto attive in Toscana, dedite alla riproduzione di opere di classici del design, dall'altro grandi aziende, rappresentate da Confindustria, Indicam e Federlegno, che vantando licenze su alcune popolari opere del design si oppongono alla loro riproduzione non autorizzata). La querelle verte in Italia sulla formulazione dell'art. 239 del Codice della Proprietà Industriale e vede particolarmente attiva, in difesa delle piccole aziende, l'On. Cenni, componente della Commissione parlamentare, che ha di recente presentato un disegno di legge per la riforma dell'art. 239 in senso favorevole appunto alle piccole imprese dedite alla riproduzione di classici del design, il cui testo è stato ripreso all'art. 37 della bozza di decreto legge cd "Sblocca Italia" circolata il 1 settembre u.s..

