

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

2.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 17 SETTEMBRE 2014

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE MARIO CATANIA

INDICE

	PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:	
Catania Mario, <i>Presidente</i>	3
Audizione del presidente di Confartigianato, Giorgio Merletti:	
Catania Mario, <i>Presidente</i>	3, 8, 10, 11, 14
Cenni Susanna (PD)	8
Donati Marco (PD)	11
Fumagalli Cesare, <i>Segretario generale di Confartigianato</i>	3, 12
Gallinella Filippo (M5S)	10
Garofalo Vincenzo (NCD)	9
ALLEGATO: Documentazione presentata da Confartigianato	15

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
MARIO CATANIA

La seduta comincia alle 14.35.

(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 presidente
di Confartigianato, Giorgio Merletti.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del presidente di Confartigianato, Giorgio Merletti, nell'ambito della inchiesta affidata alla nostra Commissione sul tema della lotta alla contraffazione.

In luogo del Presidente Merletti, impossibilitato a farlo, interviene il segretario generale di Confartigianato, dottor Cesare Fumagalli. Sono presenti, inoltre, la dottoressa Stefania Multari, il dottor Bruno Panieri e la dottoressa Curiale, tutti rappresentanti della stessa Confartigianato.

Do la parola al dottor Fumagalli per lo svolgimento della relazione.

CESARE FUMAGALLI, *Segretario generale di Confartigianato*. Ringrazio per l'occasione che ci è fornita di intervenire su un tema particolarmente caldo per quanto riguarda le piccole imprese, in una stagione nella quale le difficoltà congiunturali

della crisi di questi 6-7 anni hanno acuito la sensibilità delle piccole imprese su un fenomeno che esiste da molto tempo, ma che sta conoscendo un'espansione, una progressione e una diffusione che nel passato non erano tali.

La prima caratteristica che vorremmo mettere in evidenza è come il fenomeno si sia trasformato da locale in nazionale. L'Italia era ritenuta uno dei Paesi della contraffazione. In particolare nella considerazione dei nostri *partner* comunitari era forse il Paese della contraffazione.

Ahimè, anche gli altri oggi si sono svegliati accorgendosi di avere una forte presenza di falso e contraffatto sui mercati. Una stima dell'Unione europea – come sempre, le stime dei fenomeni illegali sono aleatorie – dice che il commercio all'interno dei Paesi dell'UE è attorno ai 200 miliardi annui di valore del falso e del contraffatto, il che rende la dimensione anche di come si sia evoluta questa industria parallela del falso. Essa ha oggi assunto dimensioni tali da preoccupare non più solo l'Italia, ma anche l'Europa.

Arriviamo sicuramente con ritardo oggi a immaginare qualche azione di contrasto anche sul piano internazionale a questo fenomeno, che, torno a ripetere, ha assunto dimensioni sicuramente sovranazionali.

Per quanto ci riguarda, a livello nazionale le stime del MISE parlano di circa 7 miliardi, quasi mezzo punto di PIL, per un fenomeno che non ha l'allerta sociale che hanno altri fenomeni. Per il valore stimato del commercio della droga, dell'attività della prostituzione e del contrabbando di sigarette, siamo a un punto di PIL, ma l'allarme sociale è molto più alto su questi fenomeni.

Uno dei problemi che noi rileviamo, e per il quale faremo alcune proposte per il contrasto, è quello di innalzare proprio nei consumatori la consapevolezza che il falso e il contraffatto sono ormai parte di un'industria controllata dalle organizzazioni criminali.

Le dimensioni e le caratteristiche non sono più quelle che abbiamo conosciuto nel passato. All'interno dell'Unione europea l'Italia conserva, purtroppo, un primato. È ancora avanti nella classifica. L'Italia, però, anche per attività di contrasto esercitate dalle nostre forze dell'ordine, è il primo Paese dell'Unione europea per numero di articoli sequestrati. La Cina è il primo dei Paesi di origine dei prodotti contraffatti, con il 66 per cento, a cui si somma un altro 13 per cento proveniente da Hong Kong.

Accanto, si realizzano anche fenomeni di specializzazione produttiva. La Turchia è il principale luogo di provenienza per profumi e cosmetici, con il 51 per cento delle merci sequestrate provenienti da quel Paese. Per i prodotti alimentari il principale Paese è l'Egitto.

Noi abbiamo prodotto un documento che vi abbiamo consegnato con alcune di queste rilevazioni, su cui vorrei richiamare la vostra attenzione. Nei settori in cui si polarizza il fenomeno della contraffazione, il 90 per cento del valore totale delle merci sequestrate nel periodo 2008-2013 si concentra su tessile, abbigliamento, articoli di maglieria, cuoio per le borsetterie, calzature, gioielleria, giochi, giocattoli, profumi, cosmetici e occhialerie.

Questi sono settori nei quali le esportazioni italiane nell'ultimo anno, ossia nel 2013, sono state di un valore pari a oltre 57 miliardi di euro, il 15 per cento del totale del nostro *export*. Ciò significa avere esposte a questa forma di pressione esercitata da queste attività di produzione e commercializzazione del falso un notevole numero di imprese regolari.

Abbiamo anche stimato la concentrazione in questi settori di imprese artigiane manifatturiere: ci sono 67.000 imprese

artigiane manifatturiere, nei settori che concentrano la maggior esposizione alla contraffazione.

Anche per effetto di questa pressione, oltre all'andamento congiunturale, se analizziamo la consistenza del numero di imprese al 2008 e a fine 2013, troviamo un calo del 10 per cento, purtroppo, di aziende artigiane del settore manifatturiero, nei settori che ho citato, che non ci sono più e che sono state spinte, anche per effetto della contraffazione, fuori dal mercato.

Abbiamo condotto anche analisi articolate su livelli regionali e provinciali. Mi limito a citare che la provincia con la maggior quota di imprese manifatturiere operanti nei settori esposti alla contraffazione è Prato, per quanto riguarda le imprese artigiane, seguita da Fermo nelle Marche, da Firenze e da Arezzo. I nostri dati, se avete voglia di esaminarli, mostrano il *ranking* di esposizione per aree di questi settori ad alta attività di esportazione, che hanno in casa anche questo tipo di concorrenza.

Svolgo ora qualche considerazione sulla natura e sulle caratteristiche del mercato della contraffazione. Va smentito il luogo comune che esso sia appannaggio delle cosiddette imprese marginali. Oggi l'industria del falso si è globalizzata, si è anche strutturata e ha cominciato ad affiancare le attività illegali mischiandole con quelle legali, il che rende ancora più difficile l'attività di contrasto.

Un altro fenomeno che sta spingendo fortemente la commercializzazione dei prodotti contraffatti è tutto il mondo che si è aperto sotto questo profilo con i canali distributivi attraverso il *web*. La crescita e la natura globale del fenomeno sono tali per cui il punto di leva per l'espansione di una forma di commercializzazione di ancor più difficile controllo sta favorendo questa espansione.

Sottolineo ancora che i fenomeni più recenti ci dicono che la rete di integrazione con il mercato regolare sta diventando uno dei problemi sia nella produzione, sia nella distribuzione, per districare attività legittime da attività illegittime.

Il secondo aspetto è quello della dimensione multinazionale del fenomeno. Oggi, se non si pongono in atto azioni coordinate con il resto dei Paesi dell'Unione europea, nonché a livello internazionale globale, è impossibile fermare questo fiume con la mano. Basti pensare che, se si intensificassero le attività di controllo e si concentrassero tali attività nei porti di Trieste, Genova, Gioia Tauro e Napoli, con una rapidità ormai quasi in tempo reale, le organizzazioni criminali che governano questo commercio cambierebbero i punti a Rotterdam, ad Anversa e ad altri luoghi. Reinvadono, infatti, con una forte capacità e anche velocità distributiva il territorio dell'Unione europea e, quindi, anche il territorio del nostro Paese.

Pertanto, uno degli interventi che noi sollecitiamo e che riteniamo decisivi è l'attività di coordinamento fra i soggetti di intervento e repressione a livello internazionale, elemento di una più complessiva *policy* anticontraffazione che deve vedere alcuni altri aspetti che cercherò adesso di illustrare.

Tutti noi riteniamo che un punto di leva forte per una reale attività di contrasto non possa non essere l'attività di tutela dei prodotti attraverso la loro certificazione di origine, ossia attraverso la loro tracciabilità. In merito c'è una colpa dell'Europa perdurante, ma spero di poter essere nei prossimi mesi rapidamente smentito, nell'aver ritenuto che la questione della tracciabilità del *made in* fosse una questione di interesse italiano.

Adesso io credo che stiano accorgendosi in molti altri Paesi di come il fenomeno globalizzato stia interessando tutte le produzioni. La regolazione del cursore fra il controllo dell'origine dei prodotti e le mani libere da parte delle aziende, soprattutto di quelle di grandi dimensioni, delle multinazionali, deve spostarsi. Diversamente, la mancata tracciabilità dei prodotti favorirà una crescita del mercato del contraffatto. Direi che questo è piuttosto inevitabile.

Noi abbiamo calcolato che, a condizioni date come quelle di oggi, con gli stessi interventi repressivi e con le condizioni di

regolazione immutate rispetto ad oggi, secondo le stime di crescita del commercio mondiale elaborate dal Fondo monetario internazionale, nei prossimi dieci anni il mercato del contraffatto, che vale 200 miliardi in Europa, sarà cresciuto del 75 per cento.

Quella dell'introduzione obbligatoria dell'indicazione d'origine per tutti i prodotti fabbricati in area UE e per quelli extra UE noi riteniamo, in particolare per le piccole imprese, che sia una partita decisiva nell'attività di contrasto alla produzione e alla commercializzazione di prodotti contraffatti.

Citiamo l'esempio di una *best practice* mondiale, rappresentata dall'attività che lo Stato italiano fa sulla circolazione extra *web* di difficile controllo nei canali distributivi del farmaco. Il sistema di tracciabilità che è stato attivato è tale da far ritenere a tutti gli osservatori praticamente azzerato e non permeabile il sistema della distribuzione per quanto riguarda il farmaco. Questa è una *best practice* alla quale guardare proprio in termini — come dicevo prima — di catena virtuosa della tracciabilità, che consente di avere questo effetto finale.

Sui canali distributivi del contraffatto, il nostro punto di vista e di osservazione è legato al canale principale osservato negli anni scorsi, ossia il fenomeno degli ambulanti nelle vie delle città. Sul nostro territorio oggi si è affiancato anche un mercato del contraffatto mischiato ai prodotti regolari di distribuzione lecita nei canali distributivi ordinari dei negozi e, come terzo fenomeno, in forte espansione, un mercato del commercio elettronico.

Quanto alle linee di azione, come dicevo, noi riteniamo che su tutte la prima delle azioni da dover perseguire sia una politica controllata dei prodotti. Un Paese come il nostro, che fonda — non serve che lo ripeta io oggi a voi — la propria struttura produttiva su un sistema molto distribuito di tante, tantissime piccole e piccolissime microimprese, noi riteniamo che trovi proprio in una politica di origine controllata e obbligatoria dei prodotti, con

una filiera di tracciabilità, la sua più potente leva per il contrasto a questo fenomeno.

In particolare questo vale nel nostro Paese, dove la sola denominazione *made in Italy* è un marchio che vale. Noi siamo abituati in Italia alla contraffazione dei marchi più noti italiani, che hanno attrattività sui mercati internazionali. Noi non leggiamo a sufficienza, essendoci dentro, il valore del *made in Italy*, ma fuori dai nostri confini nazionali, l'attrattività e, quindi, il vantaggio di poter godere illegittimamente di un *made in Italy*, è considerevole. Questa è una delle leve più potenti, sulla quale non c'è politica di marchio che possa tenere, se non quella relativa al marchio dei marchi, cioè quella del *made in Italy*.

Per quell'attività, quindi, noi speriamo e sottolineiamo anche a voi la necessità che si prosegua, dopo l'importante passo fatto nell'ultima seduta plenaria dal Parlamento europeo, prima del suo scioglimento nell'aprile scorso, con l'avvenuta approvazione della proposta di regolamento nuova sul *made in*. Essa comincia a introdurre, almeno in parte, anche se non per tutti i prodotti, distinguendo tra armonizzati e non armonizzati, un principio. Ci interessa che questo principio cominci a passare.

L'avvenuta approvazione da parte del Parlamento europeo in seduta plenaria rende tale principio riprendibile in questa legislatura. Automaticamente, il parere positivo della Commissione, almeno di quella che c'è ancora per qualche giorno, è importante, anche se l'iniziativa decisiva è quella del Consiglio d'Europa.

A proposito dell'occasione della presidenza italiana, io credo che, se non si riuscirà, nel semestre in cui c'è la presidenza italiana, a cucire le alleanze all'interno dell'Unione europea per arrivare finalmente a questo risultato importante per tutta la struttura economica del nostro Paese, sarà difficile che ciò avvenga dopo. Anche su questo spendiamo una sollecitazione perché il Governo italiano porti in

fondo un'azione che forse non è mai stata vicina a essere raggiungibile come in questa fase.

Le nostre risposte alle domande che avete posto nella convocazione di oggi sono sintetizzate nel documento che abbiamo prodotto. Le illustro con grande rapidità.

A proposito del rafforzamento del presidio territoriale, noi intanto esprimiamo un giudizio positivo su tre tipologie di attività che sono state fino ad oggi messe in atto. Apprezziamo la bontà dell'attività del Consiglio nazionale anticontraffazione, ma ancora di più quella dell'attività di promozione dei Consigli locali anticontraffazione, perché solo le politiche integrate di luoghi in cui ci siano le rappresentanze delle imprese, delle forze dell'ordine e gli enti locali, con le loro attività di contrasto sui territori comunali, possono fornire una risposta integrata.

In questa direzione vanno anche i Patti per la sicurezza, in cui sono state attivate reti di collaborazione tra soggetti pubblici e privati a contrasto della criminalità locale urbana, così come i Protocolli anticontraffazione, che sono stati elaborati anche nei mesi recenti. Sono strumenti che hanno cominciato a dare risultato rispetto a un *laissez-faire* che forse per troppo tempo ha consentito di far crescere il fenomeno nelle realtà urbane e nelle realtà turistiche da tante parti.

Sulla lotta alla contraffazione via Internet, il nostro suggerimento è quello di guardare all'attività che è stata messa in campo in Francia, in un Paese a noi vicino, dove superare il problema delle responsabilità fra i soggetti diversi che operano sulla rete ha finora impedito di fatto il reale contrasto.

Richiamiamo tre carte, le *Chartes* che sono state stipulate fra i titolari dei diritti di proprietà industriali e le piattaforme di *e-commerce*, le piattaforme di annunci su Internet e i servizi postali. Proprio nell'integrazione e nelle regole fissate fra questi soggetti si sta avendo beneficio nell'attività di contrasto alla commercializzazione sul *web* dei prodotti contraffatti.

Sulla tutela del *made in Italy* non mi dilungo. Evidenzio solo un accento che noi poniamo. L'Expo di Milano del prossimo anno sarà un forte richiamo di attrazione e di attenzione nei confronti dei prodotti *made in Italy*. Stiamo attenti affinché non sia l'occasione di attrazione e di attenzione al contraffatto del *made in Italy*, perché avremmo un risultato paradossale.

Su attività collaterali a quelle di diretto contrasto e di intervento repressivo un giudizio positivo lo esprimeremo allora, e lo confermiamo oggi, quando nel 2003 vennero istituite le sezioni specializzate dei tribunali in materia di proprietà industriale e intellettuale. Questo ha consentito davvero di togliere dalla massa generalista e dalla fila lunga del tempo attività di riconoscimento dei diritti da parte delle imprese che se li vedevano lesi. Furono istituite le dodici sezioni nelle città di Bari, Bologna, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino, Trieste e Venezia.

Il successivo provvedimento del settembre 2012, con la buona intenzione di fare attività specializzata della giustizia nei confronti delle imprese, ha però esteso le competenze di questi tribunali e ha aumentato il numero di sedi. Noi nutriamo forti dubbi — li abbiamo espressi al Ministro della giustizia a inizio agosto, quando siamo stati consultati sulla bozza di riforma — che, se si rimette tutto in questi tribunali per le imprese, si ritorni un po' punto e a capo. Così facendo, le attività di specializzazione degli operatori e dei magistrati si diluirebbero. Noi temiamo, quindi, che la tempistica possa tornare ad assomigliare a quella precedente l'attività con cui tali tribunali erano nati nel 2003, che avevano invece ottenuto un risultato.

Sulla formazione delle imprese in tema di tutela della proprietà intellettuale in chiave nazionale e internazionale, più che altro vi dico che è uno dei punti sui quali la nostra organizzazione, che ha 1.200 sedi su tutto il territorio nazionale, svolge un'insistita attività, cresciuta proprio negli ultimi anni, in ragione della necessità di

sempre più tutelare qualità, innovazione e *design* come componenti decisive per stare sui mercati.

Anche per le piccole e piccolissime imprese e per tutte le imprese nostre associate questo è un punto di leva, perché il riconoscimento di un *premium price* collegato alla qualità, all'innovazione e al *design* deve essere sempre più tutelato da parte delle imprese con l'iscrizione di queste attività e prodotti sotto brevetta-zione.

Quanto alle attività di comunicazione e informazione destinate ai consumatori, noi le riteniamo una leva decisiva. Ho detto che c'è una sottovalutazione sociale di quante attività illegali siano connesse e generate dalla produzione e dalla commercializzazione di prodotti contraffatti. Bisogna che le azioni siano molto più forti e che vadano molto più all'origine nei confronti dei consumatori. Il problema non è tanto il singolo reato dell'acquisto della merce contraffatta. Io credo che, se ogni acquirente sapesse quanto lavoro nero, quanto sfruttamento, quanta illegalità, quanti danni ambientali, alla sicurezza e alla salute sono connessi a questo tema, probabilmente si rimuoverebbe quella leggerezza che oggi ascrive quasi a un piccolo peccato veniale l'acquisto dei beni e dei prodotti contraffatti.

Quanto alla domanda relativa alla contraffazione in specifici settori, la meccanica vale il 10 per cento dei prodotti sequestrati, per riferirci sempre a dati certi. Quelli stimati sono di altra natura, ma se ci riferiamo alle merci sequestrate in Italia e, quindi, a dati più oggettivi su questa materia, possiamo dire che valgono il 10 per cento.

Ci sono settori, tra cui alcuni che ben conosciamo, come gli utensili quasi usa e getta a costi irrisori, ma ben più dannose sono le apparecchiature che sono connesse anche alla salute. Nel settore della rubinetteria citiamo proprio sequestri che sono stati operati di materiali contenenti sostanze al limite della normativa per quanto riguarda la tutela della salute dell'utilizzatore finale. Anche nell'elettronica sono molti gli impianti, in particolare

quelle che diventano componenti nell'impiantistica legata alle costruzioni, che ormai vedono crescente diffusione.

Il settore alimentare è quello sul quale dirò di meno, perché è più noto quanto sia diffuso, anche se in questo caso siamo molto meno consumatori, ma molto più produttori di contraffatto. La contraffazione in questo caso è molto legata anche a quello che è denominato *Italian sounding*. Esso certamente non attecchisce nel nostro Paese, ma genera fuori dai nostri confini i problemi che si riflettono poi sui produttori dei prodotti originali, non solo legati al *sounding* italiano.

Questa è, in sintesi, la nostra posizione, che vuole consegnarvi una preoccupazione legata anche al crescere di questo fenomeno e all'abbinarsi alla situazione congiunturale, per qualche verso drammatica, dei settori esposti a questo tipo di concorrenza sleale.

PRESIDENTE. Rivolgo un primo ringraziamento molto sentito al dottor Fumagalli e anche un apprezzamento sincero per l'impegno che vedo profuso dall'organizzazione nell'analisi del fenomeno.

Il primo approccio a questo documento che ci avete presentato testimonia chiaramente l'impegno dell'Ufficio studi della Confederazione per portare bene in chiaro una fenomenologia che, in quanto illecita, è sempre difficile da maneggiare.

Non mi dilungo e do la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

SUSANNA CENNI. Rivolgo un ringraziamento al dottor Fumagalli per la sua relazione, il suo contributo e anche per la documentazione che ci ha lasciato. Ho avuto modo di scorrere un po' le tabelle contenute nella documentazione e devo dire che mi sono molto preoccupata, non perché abbiamo scoperto cose non note, ma nel considerare che cinque delle province toscane sono fra le otto principali per rischio di contraffazione, ossia per esposizione alla contraffazione. Questo ci testimonia come questa dimensione, questo tema della contraffazione sia in questo

momento uno dei fattori acceleranti della crisi, insieme ad altre difficoltà.

Formulo soltanto qualche quesito, anche se poi alcune delle risposte saranno forse contenute anche dentro la documentazione che ci è stata trasmessa.

Intanto vorrei comprendere se questa sua analisi sia condivisa anche all'interno dell'aggregazione a cui voi avete dato vita insieme alle altre sigle, ossia a R.ETE. Imprese Italia, oppure se nell'analisi del fenomeno ed anche dei possibili strumenti di contrasto ci siano differenziazioni per settore o per comparto. Immagino che sicuramente le associazioni del commercio porranno maggiormente l'attenzione su alcuni altri aspetti. Questa è una prima mia richiesta.

La seconda domanda che mi sento di farle ha a che vedere anche con i compiti della nostra Commissione di indagine. Noi abbiamo il compito non solo di approfondire, indagare e consegnare elementi conoscitivi in più alla Camera e anche al Governo, ma anche quello di provare a ragionare sul sistema che è nato nel nostro Paese. Pertanto, mi piacerebbe avere una sua valutazione sugli strumenti di contrasto e di analisi a cui si è dato vita anche negli anni recenti in questo Paese.

Per esempio, penso allo stesso CNAC. Vorrei sapere se è uno strumento che sta funzionando, se, a suo parere, esistono dei limiti e, se questi limiti esistono, quali sono dal suo punto di vista. Credo che non possiamo evitare di fare un primo bilancio di queste esperienze.

Condivido completamente con lei la necessità di un maggiore coordinamento anche fra le forze dell'ordine che operano in questo comparto. Ho avuto modo di approfondire alcune indagini che riguardano i settori di più diretta mia competenza nell'agroalimentare, ma si vedono ancora, nonostante gli sforzi, dei limiti nella piena collaborazione fra tutte le forze e tutti i soggetti.

Vorrei chiederle se, a suo parere, alcune nuove forme, anche dal punto di vista tecnologico, di etichettatura stiano portando dei risultati oppure no. Lo chiedo perché anche a me sono state

sottoposte nuove forme di etichettatura, a partire dalle etichette leggibili con il telefonino, che riportano non solo l'origine e la tracciabilità, ma anche l'unicità del singolo prodotto. Vorrei sapere se sono utili oppure se in realtà non ci aiutino a fare grandissimi passi avanti.

Mi pare assolutamente condivisibile la necessità di una strategia a livello comunitario condivisa non solo per una lotta coordinata all'interno del mercato europeo, ma anche per una capacità di sovrintendere e controllare adeguatamente i movimenti nelle dogane.

L'ultima domanda che mi sento di formularle riguarda la strumentazione giuridica. Mi riferisco al Codice penale. Lei ha fatto un passaggio prima anche su questo punto. Tutti ci siamo sentiti dire più di una volta che una parte della criminalità organizzata si sta spostando, considerando meno rischioso investire nella contraffazione piuttosto che in alcuni altri ambiti, come il traffico di droga. Io mi chiedo se, a questo punto, non siano maturi i tempi anche per interventi sul Codice penale rispetto a questa partita.

La ringrazio.

VINCENZO GAROFALO. Ringrazio la Confartigianato e il dottor Fumagalli per averci tracciato un quadro molto preciso e interessante, che contribuirà enormemente alla nostra attività. Peraltro, quelle fatte dalla collega Cenni sono considerazioni che sposo interamente. A queste aggiungo soltanto qualcosina.

C'è una prima questione in merito alla quale chiedo se la mia sensazione sia realmente condivisa e se sia il frutto anche delle vostre osservazioni. Io credo che un tema sul quale noi dobbiamo da subito intensificare l'azione sia quello della consapevolezza che è reato comprare prodotti contraffatti. La mia preoccupazione è che, in un momento di crisi — l'ho detto anche un'altra volta, in occasione dell'audizione del Ministro Guidi — le famiglie che continuano a voler « consumare » (uso questo termine) rinuncino a un prodotto originale e si rivolgano a un mercato anche consapevolmente contraffatto, facendo finta di

non accorgersene, perché, purtroppo, in alcuni casi la qualità del prodotto non è percepibile facilmente.

Se questo è un rischio che corriamo, dobbiamo assolutamente far crescere una consapevolezza: comprare prodotti contraffatti significa alimentare un mercato di disonesti e di criminali. Ci ritorna poi in maniera enormemente negativa quest'azione, che apparentemente può dare un immediato, ridicolo, beneficio. Purtroppo può avvenire questo.

Io ho la sensazione che i grandi marchi, che bene o male sanno che il loro giro d'affari statisticamente ha un valore sulla contraffazione, non giochino una partita determinante. Me ne accorgo dal fatto che sul *web* c'è troppo prodotto che ha un costo nettamente più basso del prodotto originale. Non credo che ciò sia frutto solo di un recupero di costi commerciali, di distribuzione o di accentramento.

Io ritengo che in questo senso si debba intensificare l'intervento. Bisogna, cioè, fare un'indagine, che non può fare ovviamente una singola categoria, ma che può fare un'organizzazione mondiale, perché il fenomeno oggi è di carattere mondiale, come voi avete ben sottolineato. Occorre fare delle indagini a campione come un consumatore finale, cioè una verifica su alcuni casi. Insistere sul consumatore, secondo me, è una cosa, in questo momento, piuttosto importante.

C'è un'altra questione che voi avete sottolineato, a parte tutti i dati. Pongo, anzi, una domanda sulla produzione. Non sono stato in grado di raccogliere, forse per troppo poco tempo, il dato su quanto prodotto contraffatto viene realizzato in Italia. La mia impressione è che, visti i costi del lavoro in Italia, nonché per una serie di altre questioni, non sia grande la quantità di prodotto contraffatto realizzato, tanto è vero che molto ne entra, come voi avete osservato, attraverso i venti porti principali. Volevo sapere dove guardare meglio.

Una questione importante è quella che lei accennava sulle *best practice*, con riferimento ai Paesi in cui c'è già stato un fenomeno grave e preoccupante, che ha

coinvolto enormemente la nostra società, e in cui si è stati capaci di individuare le strade giuste. Bisognerebbe affinare, praticandolo e impiegandolo, lo stesso sistema, applicandolo alla contraffazione.

Io credo che il sistema del narcotraffico sia un grande capitolo sul quale tutto il mondo è impegnato. Forse realizzare un'*intelligence* anche sulla contraffazione, mutuando quel tipo di organizzazione di controllo e di polizia, può fornirci un aiuto.

Lei ha citato, con riferimento alla tracciabilità, gli interventi fatti su un prodotto che, ovviamente, è ad alto rischio, perché ha alti valori aggiunti. Immagino che su questo ci sia un differenziale sul quale lucrare. Mi riferisco al settore del farmaco. Chiedo se voi avete delle idee pratiche su come agire nel campo della contraffazione.

Concludo soltanto ricordando l'opportunità, che anche l'altra volta noi abbiamo sottoposto al Ministro Guidi e che lo stesso ministro sa di dover raccogliere, del semestre europeo, per far diventare anche durante l'Expo 2015 quello della contraffazione un tema determinante.

A tal proposito, chiedo al presidente di immaginare come questa Commissione possa stilare un documento, ovviamente non tecnicamente approfondito – il tempo forse non l'abbiamo – che sensibilizzi il nostro Governo in questo semestre su questo tema, anche con l'immediata istituzione di un tavolo comunitario sulla contraffazione, che poi potrà continuare durante l'Expo 2015.

Grazie.

PRESIDENTE. Su quest'ultimo tema ritorniamo non appena conclusa l'audizione, se mi consentite.

Do la parola all'onorevole Gallinella.

FILIPPO GALLINELLA. Vorrei approfondire alcuni temi con lei, perché li ha indicati durante la sua esposizione, in merito alla contraffazione di vari prodotti. Ovviamente, ci sono migliaia di prodotti che vengono contraffatti.

Lei ha focalizzato – almeno così ho percepito io – la divisione di dove avviene

il fenomeno della contraffazione, ossia lo scambio del prodotto. Lei ha parlato del commercio ambulante, ma, considerato che la criminalità organizzata o altre organizzazioni molto più complesse sono ormai strutturate su questo *business*, io osservo che il fenomeno della contraffazione avviene anche all'interno del negozio, magari inconsapevolmente da parte dell'acquirente, ma forse qualche volta anche dello stesso negoziante.

C'è poi l'aspetto della contraffazione su Internet, che apre tutto un altro mondo, un altro scenario, forse un po' più complesso da approfondire.

Sulla parte centrale, quindi, non so se si riesca a vedere dove la contraffazione incide maggiormente. Sicuramente sul commercio dell'ambulante è quasi insignificante rispetto a quella che si può avere sul commercio elettronico oppure su negozi strutturati, come lei ha descritto prima. Su questo passaggio sarebbe interessante capire quanto un'etichettatura diversa, che può essere un'etichettatura elettronica, come quella che si può controllare con lo *smartphone*, possa andare a influire. Io non conosco nessuno che accenda lo *smartphone* per vedere il QR CODE e sapere da dove viene il prodotto.

Su questo passaggio mi voglio fermare. Diversi mesi fa io sono stato a una vostra riunione a Terni. C'era Ferretti e si parlava, tra vari temi, dei problemi dell'impresa, anche di quelli della contraffazione. Durante quell'incontro – me l'ero segnato perché, interessandomi della contraffazione, ho pensato che prima o poi avrei avuto modo di discuterne – i relatori hanno parlato di un'Agenzia anticorruzione, da meglio identificare.

Noi abbiamo il CNAC, ma mi sembra utile il concetto di far sapere in tempo reale, per quanto riguarda il commercio, del negozio soprattutto, i prodotti che vengono venduti – ormai è tutto digitalizzabile – e quelli che vengono comprati. Questo in modo tale da capire se il prodotto che viene acquistato venga acquistato da ditte che producono in maniera

regolare. Se io vendo 100 e compro solo 70 su un circuito regolare, è chiaro che c'è qualcosa che non funziona.

Un controllo va fatto, peraltro, anche sulle ditte produttrici. Magari io non ho la certezza di questo, ma posso sospettare del fatto che una ditta, anche di un marchio famoso, possa realizzare anche prodotti che finiscono sul mercato nero. Con un sistema che possa controllare quello che esce e quello che entra in ambito nazionale, al di là dell'*export* e dei prodotti che vengono da fuori, si potrebbe in qualche modo quantificare questo fenomeno.

Su Internet non so al momento quali strumenti noi possiamo utilizzare, perché questa Commissione è confinata a un ambito nazionale o con l'impegno al Governo. Quando si va nel mondo del digitale, si riesce anche a intervenire. Forse conviene focalizzarsi su qualcosa che sia realmente più fattibile rispetto ad altre strade, pur prendendo tutto in considerazione. Vorrei un suo commento a questo.

Grazie.

MARCO DONATI. Sarò breve, anche perché la relazione del dottor Fumagalli è stata esaustiva e credo che anche il materiale che ci è stato fornito sia di particolare interesse. Tra l'altro, anche il Capogruppo Cenni ha ripreso parte di quanto sto per rappresentare.

Mi ha colpito un passaggio della relazione del dottor Fumagalli rispetto all'interesse che altri Paesi in questo momento rischiano di avere rispetto a una normativa sull'etichettatura dei prodotti d'origine. Per anni il *made in* è stato considerato una battaglia tutta italiana, ma oggi il mercato della contraffazione diventa sempre più ampio.

Oggi forse la tutela indiretta, che in parte anche noi abbiamo auspicato attraverso il pacchetto sulla sicurezza e sulla vigilanza dei prodotti del mercato e attraverso la sicurezza legata al consumatore, è sempre più stringente per la salvaguardia delle nostre manifatture. Si parla di una legge europea sul *made in*.

Siamo nella fase cruciale del semestre di presidenza, ragion per cui le chiedo se su questo si possa approfondire. Come dicevano alcuni colleghi prima, si potrebbe, attraverso un documento, chiedere un impegno su questo tema. Anche se nella risoluzione che abbiamo votato pochi giorni fa c'era una richiesta di impegno del Governo, forse tale richiesta si può fare più pressante. Vorrei sapere se ci sono suggerimenti in tal senso, anche se Confindustria quest'anno ha prodotto una letteratura consistente. Questa è un'occasione proficua.

Grazie.

PRESIDENTE. Brevemente aggiungo anch'io un paio di considerazioni, ma direi soprattutto di quesiti, che rivolgo al nostro ospite.

Il primo in parte è stato già avanzato in forme diverse, ma io lo riformulo in modo più globale. La domanda è: quali modifiche alla normativa italiana comunitaria e al quadro internazionale auspichereste per avere un miglioramento nell'attività di contrasto?

Una questione l'avete già ampiamente evidenziata, ed è quella sull'approvazione della proposta di regolamento relativa al *made in* a livello comunitario. Tuttavia, se ci sono altri temi, dalla normativa penale evocata dalla collega Cenni ad altri aspetti del sistema del quadro giuridico, sarebbe per noi particolarmente importante conoscerli e sapere il vostro punto di vista.

La seconda e ultima questione si ricollega anch'essa a un tema già sollevato, che riprende anche la questione del *made in*. Mi riferisco alla tracciabilità leggibile dal consumatore. Ne parlava la collega Cenni.

Io vi faccio una domanda, se vogliamo, ancora più precisa sul punto: non ritenete anche voi, come io sono portato a ritenere, che un progresso reale dall'introduzione del *made in* ci sia a condizione che venga accompagnato da una tracciabilità effettivamente leggibile su tutto il sistema? In assenza di una tracciabilità di questo tipo il *made in* diventa, a sua volta, un potenziale oggetto di contraffazione.

Meglio ancora e ancora più chiaramente, l'introduzione di un marchio che non sia accompagnata da una blindatura in termini di tracciabilità, leggibile però dall'utente, che sia il consumatore, o che sia la forza di polizia sul territorio che fa una rilevazione, rischia — così mi sembra, ma ditemi se sbaglio — di essere un risultato parziale e non risolutivo in una problematica di questo tipo.

La domanda collegata successiva è la seguente: il sistema economico è in grado di sostenere una tracciabilità di questo tipo, che copra, a questo punto, tutti i prodotti che vanno sul mercato e che si fregiano del *made in*? Inoltre, le imprese, a loro volta — una parte dell'onere ricade sull'impresa — sono, nel sistema economico, tutte in grado di sostenerlo?

Nella mia percezione — può essere che mi sbagli — limitarsi a introdurre il *made in* senza blindarlo con un sistema forte di tracciabilità che copra tutti i prodotti e che sia leggibile nel dettaglio nella fase finale del commercio rappresenta forse un risultato solo parziale.

Do la parola al nostro ospite per la replica.

CESARE FUMAGALLI, *Segretario generale di Confartigianato*. Parto proprio da quest'ultima domanda e considerazione e provo in parte a rispondere ad altre connesse.

Io credo che oggi la tracciabilità sia patrimonio conoscitivo di tutti noi, dal punto di vista tecnologico. La tracciabilità non è un problema. Il problema è se si voglia ottenere la tracciabilità stessa.

Io credo che la non approvazione fino ad oggi della proposta di regolamento europeo sul *made in* e le resistenze nazionali, ordinariamente addebitate alle espressioni di voto dalla Germania in su, in realtà abbiano molta più trasversalità e non siano assenti anche nel nostro Paese. A costo di essere « politicamente incorretto », io sostengo che l'onere della tracciabilità per le imprese sarebbe più che sopportabile alla luce delle nuove tecnologie.

Torno a portare l'esempio del farmaco, che è sotto gli occhi di tutti già realizzato. Mi chiedo se lo si voglia fare e se non abbia riflessi penalizzanti, magari, per soggetti che legano il marchio all'italianità, ma che, in realtà, hanno ben poco di prodotto in Italia.

Sarò ancora più esplicito: avremmo ancora la fila delle consumatrici giapponesi in galleria a Milano per comprare articoli se trovassero poi all'interno, correttamente tracciata, leggibile e visibile, la provenienza dall'Indonesia?

Pongo la domanda solo per dire che il sistema di tracciabilità è sicuramente realizzabile dal punto di vista tecnologico, ma che gli interessi di mercato non sono tutti convergenti, anzi. Io mi rendo conto di rappresentare, rappresentando Confartigianato, un interesse di parte per imprese che stanno sul territorio italiano, le quali, per definizione, non delocalizzano, non hanno delocalizzato. Rappresento, quindi, una parte di questi interessi che stanno sul mercato, una parte il cui interesse finora è stato, però, negato.

Voglio citare un risultato positivo che noi siamo stati capaci di ottenere all'interno della nostra organizzazione europea, in cui siedono rappresentanze di imprese di 40 Paesi dell'UE e in parte anche fuori UE. Abbiamo ottenuto un voto a larghissima maggioranza, che comprende la Germania e i Paesi nordici, su una ragionevole proposta legata al regolamento *made in* che, ripeto, riesca a contemperare determinate esigenze.

Per chi ha imprese che producono solo sui territori nazionali è chiaro: noi saremmo per il 100 per cento *made in Italy*. Mi rendo conto, però, che il quadro dei prodotti, degli attori e degli impianti distribuiti di qua e di là dai confini nazionali è molto più complesso e tale da dover contemperare numerose esigenze.

Noi riteniamo che l'attuale proposta di regolamento europeo sia una proposta che tiene già conto di questi equilibri. Sarebbe veramente deludente per un verso, nonché, ancora peggio, dannoso per le piccole

imprese, per il sistema economico italiano, se anche questa occasione fosse lasciata sfuggire.

Dico « fosse lasciata sfuggire » perché, e lo sottolineo, mai il risultato è stato più a portata di mano. Se non ci arriviamo oggi, come succede nei tentativi di sorpasso in Formula 1, la macchina che abbiamo davanti si allontana e riagganciarla con la possibilità di arrivare al risultato sarà nel futuro molto più difficile. C'è, dunque, una responsabilità forte oggi, da parte dell'attuale Governo italiano, nel proporre una soluzione che è già stata composta negli interessi, tant'è che la votazione nel Parlamento europeo è stata a larghissima maggioranza.

Io credo di rappresentare interessi sicuramente molto comuni fra le cinque confederazioni, con riferimento alle altre quattro che insieme a noi stanno all'interno di R.ETE. Imprese Italia. Non nego che da parte delle rappresentanze del commercio su alcuni temi, come gli ambulanti e l'occupazione degli spazi pubblici abusivi per i fenomeni ad alta evidenza, in un momento in cui anche in quel settore c'è stata una fortissima moria di aziende che si sono viste costrette a uscire dal mercato, si crei un'altissima sensibilità verso il fenomeno più apparente. Io ho sottolineato maggiormente aspetti connessi a quelle che sono diventate filiere lunghe.

Approfitto dell'occasione per fornire un'altra risposta: sì, anche la criminalità organizzata che è a capo di questo fenomeno ha delocalizzato. Non abbiamo più investimenti esteri sotto questo profilo. Ci sono, al limite, intestazioni di società fittizie a prestanomi e localizzazione nei Paesi *off-shore*. Ci sono le stesse dinamiche che hanno interessato l'economia legale, anzi, con qualche sofisticazione in più. Pertanto, anche la produzione dei beni contraffatti è uscita dal nostro Paese più di quanto non vi fosse presente negli anni passati.

L'onorevole Garofalo parlava della questione dei grandi marchi. Io ho citato un aspetto prima e ne sottolineo un altro, per qualche verso paradossale, ma presente: le imitazioni a volte generano un ritorno

quasi pubblicitario. Ciò vale a dire che il coccodrillo ha un rimbalzo, a volte, quasi superiore al mercato del bene originale. Rimbalza, paradossalmente, un effetto di *marketing* sul tenere alto il marchio.

Questo non vale per chi sul mercato non porta i marchi, ma porta prodotti ben fatti, di qualità, con contenuti innovativi e di buon *design*. Io la chiamo « ordinarietà » delle imprese artigiane, per esempio italiane, la quale trova, invece, giovamento in una politica, come ho detto tante, forse troppe, volte, legata più a una normativa che consenta il rafforzamento della tracciabilità, per la quale l'ostacolo non è di tipo tecnologico.

Quanto agli strumenti di contrasto, noi esprimiamo un giudizio positivo — l'ho detto — sul Consiglio nazionale anticontraffazione. La nostra posizione era implicita anche nella domanda posta dall'onorevole Cenni: se manca qualcosa, manca un più di coordinamento tra le forze dedicate alla repressione di questi fenomeni, ma anche tra chi fa repressione e chi fa quell'azione di cambio di cultura nel consumatore.

Se le due cose non si connettono, è inutile. Tra il vigile urbano che rincorre l'extracomunitario per strada col sacco in spalla e l'extracomunitario rincorso fa scattare di più l'umana vicinanza il povero extracomunitario affamato. Questo ci porta su una strada strana, perché poi c'è la quasi legittimazione per questo fenomeno, che, come ho ricordato, da noi vale mezzo punto di PIL.

La strumentazione giuridica — lo diciamo in punta di piedi, sapendo quanto sia delicato spostare piccole misure sulle sanzioni penali — è materia per cui abbiamo grandissimo rispetto. Lo diciamo, ripeto, senza fragori. Tuttavia, quando ho evidenziato che la contraffazione vale mezzo punto di PIL, mentre droga, prostituzione e contrabbando di sigarette valgono « solo » il doppio, l'ho fatto proprio per dire che non può esserci distanza neanche nella sanzione fra quel tipo di reato e quest'altro. Forse occorre riequilibrare la sanzione anche in ragione del

danno economico del giro che inducono queste due diverse tipologie di fenomeni.

Sulla partita di Internet la soluzione non c'è. O meglio, si è evidenziato che i tentativi di provare a fermare il commercio elettronico attraverso Internet hanno trovato l'immediato limite della non frenabilità di Internet stesso. Non possono essere poste limitazioni di tipo tecnologico perché è infermabile. Basta spostarsi al punto d'origine in cui si inseriscono attività di commercio e si è subito elusa qualsiasi norma.

Anche sotto il profilo della responsabilità c'è una catena di responsabilità che finisce magari spesso per entrare nel territorio della libertà su questo tipo di mezzo e di commercio, che è anche un mezzo di comunicazione. Le connessioni e le contiguità non separabili costituiscono un problema.

Noi abbiamo indicato una strada che comincia a essere un po' diversa da quelle perseguite fino a oggi, in cui alla fine il cavallo della libertà su Internet ha disarcionato tutti i tentativi che sono stati fatti di fermarlo. Si voleva fermare solo l'illecito, ma il rischio è che si fermi poi tutto. Internet ha disarcionato, quindi, questi tentativi.

Quella di stringere accordi fra i soggetti che operano su Internet, che è la strada francese, vi suggeriamo – noi lo stiamo facendo – di guardarla, per la possibilità che ha aperto. Gli effetti sono da valutare, perché è anche recente, ma è una strada che forse evita lo scaricabarile fra gli operatori che fanno attività contigue, ma separate sul *web*.

Non so se ho risposto a tutti, e me ne scuso. Quanto alle modifiche normative e agli aspetti di rilevanza penale, sicuramente quello che noi abbiamo sottolineato ha a che fare con una delle riforme in atto. Dicevo prima di aver sottolineato, avendone avuto l'occasione, con il Ministro Orlando la questione dei tempi.

Sulla contraffazione, se l'apertura di un procedimento per chi ha la proprietà intellettuale di un bene viene soddisfatta in un lasso di tempo in cui quel bene è già tramontato, ossia uscito dal mercato, ciò equivale all'irrilevanza. È un tema determinante, che fa parte per noi di quella partita più complessiva della rapidità della giustizia civile, anche con i mezzi alternativi a quelli ordinari.

PRESIDENTE. Ringrazio nuovamente il dottor Fumagalli e, attraverso lui, tutta la Confederazione per il contributo, sicuramente prezioso. Dispongo che la relazione presentata 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. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa
il 6 novembre 2014.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO

DOCUMENTAZIONE PRESENTATA DA CONFARTIGIANATO



1. Premessa

La contraffazione in tutte le sue forme e l'abusivismo configurano fattispecie delittuose il cui tratto distintivo comune è quello di alimentare economie parallele e sommerse rispetto a quelle legali, spesso riconducibili ad organizzazioni criminali internazionali e legate alle mafie nazionali, nonché la caratteristica di colpire numerosi interessi pubblici e privati. Si tratta di attività che spesso accompagnano e alimentano altri reati e sono portatrici di fenomeni di degrado e malessere sociale.

Come, dove e quando nasca il fenomeno del contraffatto è difficile da dire; così come è difficile definire il fatturato realmente prodotto, che quindi può essere solo stimato. Quantificare, se non con certezza almeno con una giusta approssimazione il valore del fenomeno della contraffazione è egualmente esercitazione difficile perché come sempre nelle attività illegali e sommerse, non è possibile fare statistiche esatte con dati certi.

Per poter quantificare il fenomeno si procede quindi per stime, basate su indagini di natura induttiva e che generalmente presentano un risultato per difetto.

Ugualmente difficili da valutare sono i danni, anche indiretti, prodotti dalla contraffazione. Si tratta comunque di cifre molto elevate la cui gravità appare evidente laddove tali stime vengono messe in relazione al PIL del Paese.

Quello che è certo è che l'industria del falso è ormai un fenomeno di prima grandezza nell'economia mondiale che coinvolge tutti i Paesi, siano essi produttori o consumatori di beni contraffatti.

È evidente che un mercato così appetibile, già molto ampio e in crescita continua, non potesse che attirare l'attenzione della criminalità organizzata. Questo ha determinato un incremento esponenziale della contraffazione, trasformandola in una vera e propria industria che produce ingenti profitti, favorisce il riciclaggio di denaro, interagisce con altri reati a cominciare dallo sfruttamento dell'immigrazione clandestina e del lavoro nero.

La Guardia di Finanza ha scoperto e denunciato migliaia di persone operanti nel settore del falso, e di queste molte affiliate ad organizzazioni criminali. I numeri dei sequestri di beni di largo consumo, sebbene in crescita costante, sono ancora troppo lontani da quella che è la reale entità del fenomeno. Ciò che emerge, invece, in modo evidente dall'attività di repressione del fenomeno è che il coinvolgimento della criminalità organizzata, sia italiana sia straniera, è ormai presente con ruoli definiti e precisa divisione del lavoro, tanto da configurare una vera e propria filiera multinazionale.

La contraffazione interessa ormai quasi tutti i settori industriali; la globalizzazione di questo crimine corrisponde a quella dei mercati con una elevatissima presenza, nel mercato del falso, di operatori cinesi.

Se la crisi colpisce l'economia mondiale, pare non lambire il mercato del falso e della contraffazione che anzi, paradossalmente, ma per chiare ragioni, economiche, sociali e culturali, pare avvantaggiarsi della crisi stessa.



2. La contraffazione: alcuni dati chiave

Il volume complessivo del commercio mondiale di merci contraffatte ammonta a più di 200 miliardi di euro l'anno (Commissione Europea, 2013). La quota di prodotti contraffatti sul commercio mondiale è stimata all'1,95% nel 2007 per un valore di 182 miliardi di euro (Ocse 2009).

Il fenomeno è in crescita: a parità di condizioni - nel rapporto tra merci contraffatte e commercio mondiale ed efficacia delle azioni di contrasto - con ritmi in linea con la dinamica del commercio internazionale (2009-2019 sulla base di dati Fmi, 2014) il valore della contraffazione potrebbe crescere del 74,5% in dieci anni.

In Italia si stima (Mise 2012) per il 2010 un **valore di mercato della contraffazione di 6.924 milioni di euro, pari allo 0,45% del Pil**; per dare un valore di raffronto si ricorda che ammonta a 16 miliardi di euro (1,0% del Pil) il valore della produzione recentemente stimato dall'Istat (2014b) per le attività illegali relative a commercializzazione di droga, attività di prostituzione e contrabbando di sigarette.

Nel 2013 le autorità doganali dell'UE hanno effettuato 86.854 sequestri per 35,9 milioni di prodotti sospettati di violazione dei diritti di proprietà intellettuale, con un valore delle merci intercettate pari a 768 milioni di euro (Commissione Europea, 2014).

L'Italia è il primo Paese dell'Unione Europea per numero di articoli sequestrati. La Cina è il principale paese di origine dei prodotti contraffatti con il 66,1% dei prodotti sequestrati, a cui si aggiunge un 13,3% proveniente da **Hong Kong**. Il fenomeno della contraffazione presenta alcuni casi di specializzazione settoriale: ad esempio in relazione a profumi e cosmetici la principale fonte di provenienza è la **Turchia** (51,2%), per i prodotti alimentari l'**Egitto** (34,3%); per quest'ultima tipologia di prodotti l'Italia, con il 31,8% dei prodotti sequestrati è il secondo Paese di origine di prodotti contraffatti.

Sulla base dei dati della banca dati Iperico del Mise **nei sei anni tra il 2008 e il 2013 in Italia si sono registrati circa centomila (99.748) sequestri e 334,5 milioni di pezzi contraffatti sequestrati, per un valore complessivo stimato di 3.789 milioni di euro.**

Valore merci sequestrate 2008-2013 per prodotto

milioni di euro

prodotto	valore	%
Accessori di abbigliamento	1.312	34,6
Abbigliamento	535	14,1
Apparecchiature elettriche	377	9,9
Calzature	299	7,9
Occhiali	281	7,4
Profumi e cosmetici	250	6,6
Giocattoli e giochi	170	4,5
Orologi e gioielli	154	4,1
Cd, dvd, cassette	44	1,2
Apparecchiature informatiche	18	0,5
Altre merci	349	9,2
	3.789	100,0

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Mise

Il maggiore valore dei sequestri effettuati in Italia si riferisce agli Accessori di abbigliamento per il 34,6%, seguito da Abbigliamento per il 14,1%, Apparecchiature elettriche per il 9,9%, Calzature per il 7,9%, Occhiali per il 7,4%, Profumi e cosmetici per il 6,6%, Giocattoli e giochi per il 4,5%, Orologi e gioielli per il 4,1%, Cd, dvd, cassette per l'1,2% e Apparecchiature informatiche per 0,5%; alle altre tipologie merceologiche si riferisce il restante 9,2% del valore dei beni sequestrati.



L'indicatore che rapporta il valore dei beni sequestrati nei sei anni esaminati e il valore aggiunto manifatturiero, in media nazionale, è pari all'1,6%.

Valore merci sequestrate 2008-2013 per prodotto e per regione

valore totale 2008-2013 in milioni di euro - valore aggiunto manifatturiero anno 2011

regione	Abbigliamento	Accessori di abbigliamento	Calzature	Occhiali	Orologi e gioielli	Profumi e cosmetici	Apparecchiature elettriche	Apparecchiature informatiche	Cd, dvd, cassette	Giocattoli e giochi	Altre merci	totale	val. agg. Manifatturiero	totale sequestri 2008-13 (val.agg. %)	rank
Abruzzo	1,3	3,4	1,3	2,2	0,1	1,6	9,6	0,0	0,0	30,9	24,4	74,9	5.325	1,4	9
Basilicata	0,1	0,4	0,1	0,4	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	1,5	1.217	0,1	20
Calabria	2,7	24,3	12,6	21,8	0,8	25,0	14,9	0,1	0,0	1,0	14,0	117,2	1.446	8,1	2
Campania	155,2	212,4	42,9	19,9	5,2	34,1	17,3	3,2	39,1	12,4	32,5	574,3	7.175	8,0	3
E. Romagna	7,0	16,4	1,7	1,2	0,4	51,1	1,6	0,2	0,0	0,2	66,6	146,5	29.885	0,5	15
Friuli V. Giulia	6,4	7,9	3,2	1,4	0,5	0,0	4,8	0,0	0,0	1,3	3,4	29,0	6.433	0,5	16
Lazio	217,8	215,1	66,7	77,7	42,2	42,7	190,1	6,0	0,3	39,8	67,5	965,9	8.892	10,9	1
Liguria	19,2	59,9	14,6	0,9	4,1	0,2	9,3	0,8	0,1	0,6	16,9	126,5	3.715	3,4	5
Lombardia	47,7	497,7	29,1	9,5	5,7	22,9	9,8	1,1	0,0	8,6	7,2	639,3	68.419	0,9	12
Marche	8,7	24,7	6,5	1,4	5,8	2,7	0,2	0,0	0,0	0,2	15,3	65,5	8.236	0,8	13
Molise	0,4	0,3	0,1	0,3	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	797	0,2	19
Piemonte	3,4	21,3	3,5	1,8	2,5	0,5	11,0	0,0	0,0	4,8	6,5	55,3	23.416	0,2	18
Puglia	24,0	37,7	28,3	12,8	4,8	53,2	75,5	1,7	4,0	4,3	31,4	277,7	6.454	4,3	4
Sardegna	1,3	3,5	1,9	1,5	3,2	9,1	5,8	0,0	0,0	0,7	0,7	27,6	1.876	1,5	8
Sicilia	11,8	19,7	2,1	6,6	7,4	0,8	4,5	0,0	0,3	38,2	1,9	93,4	4.566	2,0	6
Toscana	20,6	95,0	76,7	1,4	67,5	1,5	2,4	0,1	0,0	24,2	10,9	300,2	15.005	2,0	7
Trentino A.A.	0,8	44,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3	46,2	4.057	1,1	11
Umbria	0,3	1,2	0,4	0,0	0,0	0,0	3,7	3,6	0,0	0,0	0,2	9,5	3.023	0,3	17
V. d'Aosta	0,0	0,9	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,1	3,4	254	1,3	10
Veneto	6,7	26,0	6,9	120,0	2,3	4,3	15,5	1,5	0,0	1,8	48,8	233,7	32.923	0,7	14
TOTALE	535,4	1312,4	299,1	280,8	154,2	249,6	377,0	18,4	44,0	169,6	348,6	3789,2	233.115	1,6	0

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Mise

Sul territorio italiano i **valori più elevati dei sequestri in relazione al valore aggiunto manifatturiero** si registrano nel **Lazio** con 966 milioni di valore delle merci sequestrate cumulado nei sei anni e pari al 10,9% del valore aggiunto manifatturiero, in **Calabria** con 117 milioni pari all'8,1% del v.a. e in **Campania** con 574 milioni pari all'8,0 del v.a.; seguono la **Puglia** con 278 milioni e il 4,3% del v.a., la **Liguria** con 127 milioni e il 3,4% del v.a., la **Sicilia** con 93 milioni e il 2,0% del v.a..

Va qui ricordato che nell'Unione Europea il **66,1% del valore dei sequestri si riferisce a merci trasportate per mare** (11,0% per aria, 9,1% per posta, 8,1% per strada, 5,6% per corrieri espresso); in tale contesto l'analisi dei dati sui sequestri sul territorio va letta in relazione alla presenza dei porti e del relativo traffico merci. A seguire la **graduatoria dei primi 20 porti italiani per traffico di merci**.



Graduatoria dei primi 20 porti italiani secondo il traffico di merci
migliaia di tonnellate - anno 2012

porti	Sbarchi merci	rank	Imbarchi merci	rank	Totale	%	rank
Genova	30.003	2	12.450	3	42.453	8,9	1
Trieste	35.062	1	7.082	8	42.144	8,8	2
Taranto	19.420	4	15.789	1	35.210	7,4	3
Gioia Tauro	13.363	8	14.035	2	27.399	5,7	4
Augusta	13.738	6	11.146	5	24.883	5,2	5
Porto Foxi	13.398	7	11.237	4	24.635	5,2	6
Venezia	20.325	3	4.273	13	24.598	5,2	7
Ravenna	19.394	5	3.009	18	22.402	4,7	8
Livorno	12.499	9	8.016	7	20.515	4,3	9
Milazzo	6.442	14	8.587	6	15.029	3,2	10
Savona	11.866	10	2.236	19	14.102	3,0	11
La Spezia	6.142	15	6.875	9	13.017	2,7	12
Napoli	9.336	11	3.420	16	12.756	2,7	13
Cagliari	6.006	16	6.570	10	12.576	2,6	14
Santa Panagia	5.890	17	6.267	11	12.158	2,5	15
Civitavecchia	6.989	13	3.247	17	10.236	2,1	16
Brindisi	8.362	12	1.869	20	10.231	2,1	17
Messina	4.695	18	4.360	12	9.055	1,9	18
Palermo	3.698	20	3.875	14	7.574	1,6	19
Olbia	3.729	19	3.546	15	7.275	1,5	20
Altri porti	55.400		33.177		88.575	18,6	
Totale Italia	305.757		171.066		476.823		

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

Nei settori in cui si polarizza il fenomeno della contraffazione – l'89,2% del valore totale delle merci sequestrate nel periodo 2008-2013 si concentra nel Tessile (Ateco 13), Abbigliamento (Ateco 14.1), Articoli in pelliccia (Ateco 14.2), Articoli di maglieria (Ateco 14.3), Cuoio, borse, pelletteria e pellicce (Ateco 15.1), Calzature (Ateco 15.2), Gioielleria e pietre preziose (Ateco 32.1), Giochi e giocattoli (Ateco 32.4), Profumi, cosmetici, saponi (Ateco 20.42) e Occhialeria - produzione lenti e armature (Ateco 32.50.40 e 32.50.50) - **le esportazioni nel 2013 valgono 57.276 milioni di euro, il 14,7% dell'export totale**; in questi settori prevalgono (quota del 52,4%) le esportazioni verso i mercati Extra UE. Va osservato che **nel 2013 in questi settori le imprese italiane hanno registrato una crescita delle esportazioni del 5,0% rispetto all'anno precedente a fronte di una sostanziale stabilità (-0,1%) dell'export totale.**

Made in Italy nei settori esposti alla contraffazione

Gennaio-Dicembre 2013. Valori in Euro, dati cumulati

MERCE	2013				var. % rispetto 2012		
	Totale Mondo	UE 28	Extra Ue 28	% Extra Ue 28	Totale Mondo	UE 28	Extra Ue 28
Tessili	9.400	5.539	3.862	41,1	-0,4	-0,1	-0,8
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	17.785	9.001	8.784	49,4	3,6	1,9	5,4
Articoli in pelle (escluso abbigliamento)	17.786	8.323	9.463	53,2	7,8	4,4	11,0
Prodotti per toletta: profumi, cosmetici, saponi e simili	3.106	1.760	1.346	43,4	10,0	11,9	7,5
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	6.048	1.129	4.919	81,3	7,8	-4,7	11,2
Giochi e giocattoli	351	266	85	24,2	-2,9	-7,3	13,8
Occhialeria - lenti e montature	2.800	1.229	1.571	56,1	6,1	7,1	6,5
Totale settori esposti alla contraffazione	57.276	27.246	30.030	52,4	5,0	0,2	2,6

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



Gli effetti negativi della concorrenza sleale si ripercuotono anche ad altri settori delle filiere maggiormente esposte ai fenomeni di violazione rispetto dei diritti delle imprese sulla proprietà intellettuale, **coinvolgendo anche il comparto del terziario**. In particolare si osserva che nel settore del Tessile (Ateco 13), l'8,8% della produzione attivata proviene dal Commercio, l'8,4% della Chimica e il 7,4% da Attività professionali; nell'Abbigliamento (Ateco 14) il Commercio pesa per il 10,4% dei settori fornitori, le Attività professionali per il 7,4%; nel settore degli Articoli in pelle (Ateco 15) il 9,4% della produzione attivata proviene dal Commercio, il 6,0% da Gomma e Plastica e il 5,5% da Attività professionali; infine per le Altre industrie manifatturiere (Ateco 32) proviene dal Commercio il 13,1% della produzione attivata dagli scambi intermedi, dalle Attività professionali il 7,8% e dai Prodotti in metallo il 6,3%.

Quota produzione attivata dagli scambi intermedi in settori esposti alla contraffazione

% sul totale - divisioni Ateco 2007

% sul totale - divisioni Ateco 2007							
13 - Industrie tessili		14 - Confezione di articoli di abbigliamento, di articoli in pelle e pelliccia		15 - Fabbricazione di articoli in pelle e simili		32 - Altre industrie manifatturiere	
Tessile	46,7	Tessile	32,2	Pelle	51,3	Altre manifatturiere	24,1
Chimica	8,4	Abbigliamento	22,9	Commercio	9,4	Commercio	13,1
Commercio	8,8	Commercio	10,4	Gomma e plastica	6	Attività professionali	7,8
Attività professionali	7,4	Attività professionali	7,4	Attività professionali	5,5	Prodotti in metallo	6,3
Energia e Altri	28,7	Altri (<5%)	27,1	Altri (<5%)	27,8	Altri (<5%)	48,7
Totale	100	Totale	100	Totale	100	Totale	100

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

Di seguito le tavole per gli anni 2008-2013 e per regione del valore merci sequestrate, del numero dei sequestri e del numero dei pezzi sequestrati.

Valore merci sequestrate 2008-2013 per anno e per regione

milioni di euro

Regione	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale	%
Abruzzo	2,7	2,5	1,5	13,1	26,1	28,9	74,9	2,0
Basilicata	0,4	0,3	0,3	0,1	0,2	0,2	1,5	0,0
Calabria	59,0	30,9	11,2	10,8	2,4	2,9	117,2	3,1
Campania	133,6	106,9	74,7	102,2	100,2	56,6	574,3	15,2
E. Romagna	9,2	9,8	33,3	4,8	3,6	85,7	146,5	3,9
Friuli V. Giulia	7,1	7,2	6,5	3,9	2,3	2,0	29,0	0,8
Lazio	89,7	150,9	158,4	210,7	203,4	152,8	965,9	25,5
Liguria	23,2	43,5	19,5	13,4	18,1	8,8	126,5	3,3
Lombardia	69,2	416,5	54,4	27,6	18,5	53,1	639,3	16,9
Marche	7,8	4,2	22,8	4,7	8,5	17,4	65,5	1,7
Molise	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,9	1,7	0,0
Piemonte	2,3	4,7	11,8	34,4	1,3	0,9	55,3	1,5
Puglia	35,9	34,1	57,0	41,7	63,3	45,6	277,7	7,3
Sardegna	10,1	11,7	1,8	0,3	1,3	2,4	27,6	0,7
Sicilia	10,5	28,7	16,8	15,6	19,4	2,5	93,4	2,5
Toscana	61,3	83,4	68,3	21,1	53,9	12,2	300,2	7,9
Trentino	0,9	44,5	0,3	0,0	0,1	0,3	46,2	1,2
Umbria	0,2	0,5	0,1	3,9	4,7	0,1	9,5	0,3
V. d'Aosta	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,1
Veneto	19,8	14,4	10,9	127,0	51,9	9,6	233,7	6,2
TOTALE	546,5	995,2	549,8	635,5	579,3	482,9	3789,2	100,0

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Mise



Numero sequestri 2008-2013 per anno e per regione
anni 2008-2013 e % sul totale Italia

Regione	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale	%
Abruzzo	287	357	220	295	190	159	1.508	1,5
Basilicata	156	195	139	109	135	104	838	0,8
Calabria	487	495	532	523	555	289	2.881	2,9
Campania	2.140	2.294	2.326	1.710	1.211	1.149	10.830	10,9
E. Romagna	763	550	637	502	558	555	3.565	3,6
Friuli V. Giulia	114	151	159	119	143	89	775	0,8
Lazio	3.835	4.283	4.038	2.965	2.887	2.543	20.551	20,6
Liguria	1.452	1.239	1.005	772	927	940	6.335	6,4
Lombardia	2.351	3.698	2.615	2.806	3.103	2.960	17.533	17,6
Marche	494	406	634	412	608	394	2.948	3,0
Molise	103	101	106	75	107	149	641	0,6
Piemonte	317	361	507	455	270	218	2.128	2,1
Puglia	1.771	1.810	1.777	1.558	1.689	1.284	9.889	9,9
Sardegna	504	459	455	305	341	278	2.342	2,3
Sicilia	828	865	907	917	747	558	4.822	4,8
Toscana	1.323	1.294	1.248	939	1.096	876	6.776	6,8
Trentino	54	91	56	31	42	11	285	0,3
Umbria	74	150	67	102	90	72	555	0,6
V. d'Aosta	11	7	11	14	4	5	52	0,1
Veneto	977	877	892	695	576	477	4.494	4,5
TOTALE	18.041	19.683	18.331	15.304	15.279	13.110	99.748	100,0

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Mise

**Pezzi sequestrati 2008-2013 per anno e per regione**

migliaia di pezzi - anni 2008-2013 e % sul totale Italia

Regione	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale	%
Abruzzo	131	115	107	5.489	4.198	4.766	14.806	4,4
Basilicata	31	31	43	7	9	11	132	0,0
Calabria	3.017	2.174	2.328	3.632	324	247	11.722	3,5
Campania	10.447	11.052	9.702	6.649	15.713	5.465	59.028	17,6
E. Romagna	770	804	1.366	219	531	10.511	14.201	4,2
Friuli V. Giulia	779	1.263	448	188	431	102	3.211	1,0
Lazio	6.844	13.373	20.107	16.299	11.019	13.391	81.033	24,2
Liguria	5.382	2.353	4.467	855	1.163	694	14.914	4,5
Lombardia	5.852	21.007	3.362	1.659	2.306	2.911	37.097	11,1
Marche	413	269	5.819	714	899	1.182	9.296	2,8
Molise	8	16	5	8	10	57	104	0,0
Piemonte	434	342	1.884	3.390	189	108	6.348	1,9
Puglia	2.185	2.225	3.682	7.350	3.407	3.785	22.635	6,8
Sardegna	382	564	160	25	150	190	1.470	0,4
Sicilia	703	4.223	2.557	2.413	2.584	213	12.693	3,8
Toscana	3.059	5.204	7.005	1.213	4.994	643	22.118	6,6
Trentino	58	2.185	129	3	12	12	2.399	0,7
Umbria	19	36	9	235	170	5	474	0,1
V. d'Aosta	267	2	0	0	0	0	270	0,1
Veneto	1.275	905	828	4.142	12.639	760	20.548	6,1
TOTALE	42.057	68.143	64.008	54.491	60.749	45.051	334.498	100,0

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Mise

Le imprese artigiane nei settori maggiormente esposti alla contraffazione

Nei settori esposti alla contraffazione – Tessile (Ateco 13), Abbigliamento (Ateco 14.1), Articoli in pelliccia (Ateco 14.2), Articoli di maglieria (Ateco 14.3), Cuoio, borse, pelletteria e pellicce (Ateco 15.1), Calzature (Ateco 15.2), Gioielleria e pietre preziose (Ateco 32.1), Giochi e giocattoli (Ateco 32.4), Profumi, cosmetici, saponi (Ateco 20.42) e Occhialeria - produzione lenti e armature (Ateco 32.50.40 e 32.50.50) – si determina una **forte concorrenza sleale su un mercato in cui operano 64.322 imprese artigiane, pari al 19,7% dell'artigianato manifatturiero italiano, che danno lavoro complessivamente a 194.555 addetti**¹.

La pressione dalla contraffazione aggrava le già difficili condizioni congiunturali delle imprese operanti nel settore manifatturiero: nel complesso dei comparti esposti **nell'ultimo anno si è registrata una flessione di imprese artigiane registrate pari al 2,1%**; nell'arco dei cinque anni che comprendono gli ultimi due cicli recessivi (2009-2014) **le imprese artigiane nei settori esposti alla contraffazione sono state decimate, con una perdita di 7.052 imprese, equivalente ad una flessione del 9,9%**.

¹ Dati occupazione per gruppo Ateco 2011 (3 digit); per Trentino Alto Adige dato 2010; per classi e sottoclassi per regione la stima occupazione si basa sulla dimensione media della relativa classe per regione.



Dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione: 2009-2014 e 2013-2014
imprese registrate al II trim. 2014 Ateco 13, 14, 15, 321, 324, 2042, 32504 e 32505

periodo	valori
II 2014	64.322
II 2013	65.732
var. II 2014-II 2013	-1.410
var. % II 2014-II 2013	-2,1
II 2009	71.374
var. II 2014-II 2009	-7.052
var. % II 2014-II 2009	-9,9

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise

La maggiore **incidenza dei settori più esposti alla contraffazione sul manifatturiero** si registra in **Toscana** con il 42,4% delle imprese manifatturiere della regione che operano nei settori maggiormente esposti alla contraffazione, seguita dalle **Marche** con il 35,2%, **Umbria** con il 25,6%, il **Veneto** con il 21,4% e l'**Abruzzo** con il 19,7%.



Artigianato esposto alla contraffazione per regione
imprese II 2014 - addetti 2011

regione	Tessile	Abbigliamento	Articoli in pelliccia	Articoli di maglieria	Cuoio, borse, pelletteria e pellicce	Calzature	Gioielleria e pietre preziose	Giochi e giocattoli	Profumi, cosmetici, saponi	Occhialeria - produzione lenti e armature	imprese artigiane esposte a contraffazione	Addetti imprese artigiane esposte a contraffazione	Totale imprese Manifatturiero	imprese esposte in % Manifatturiere	Rank
ABRUZZO	225	669	17	36	287	46	187	10	7	8	1.492	4.154	7.570	19,7	5
BASILICATA	29	166	6	24	5	5	51	6	1	2	295	341	2.565	11,5	14
CALABRIA	203	457	18	32	38	20	262	13	14	9	1.066	1.119	8.683	12,3	12
CAMPANIA	368	1.629	65	65	280	305	647	26	12	17	3.414	5.120	18.210	18,7	8
EMILIA ROMAGNA	1.068	2.700	94	621	408	307	427	48	39	28	5.740	18.071	30.303	18,9	7
FRIULI-V.G.	150	231	15	26	28	24	108	8	1	10	601	1.252	6.370	9,4	17
LAZIO	243	1.479	102	86	209	49	1.141	27	16	5	3.357	3.552	17.689	19,0	6
LIGURIA	130	392	34	41	48	19	206	14	12	10	906	1.185	7.702	11,8	13
LOMBARDIA	2.037	4.231	321	863	686	433	1.227	102	72	39	10.011	31.853	59.487	16,8	10
MARCHE	336	1.003	22	217	361	2.687	289	24	17	10	4.966	20.705	14.106	35,2	2
MOLISE	25	80	3	6	6	4	37	2	0	2	165	365	1.500	11,0	16
PIEMONTE	813	1.347	79	145	121	43	992	48	26	28	3.642	10.361	28.133	12,9	11
PUGLIA	506	1.550	38	238	57	249	459	9	15	23	3.144	8.230	17.255	18,2	9
SARDEGNA	173	290	7	19	55	20	323	28	7	8	930	904	8.181	11,4	15
SICILIA	317	724	43	33	80	66	408	19	25	26	1.741	2.398	20.286	8,6	20
TOSCANA	2.216	4.075	130	562	3.197	1.290	1.646	50	30	7	13.203	44.386	31.148	42,4	1
TRENTINO - A.A.	109	196	8	18	38	7	129	4	7	3	519	863	5.859	8,9	19
UMBRIA	201	627	14	345	38	31	150	12	6	3	1.427	5.326	5.566	25,6	3
VALLE D'AOSTA	12	28	0	1	4	2	10	2	1	0	60	70	637	9,4	18
VENETO	961	3.134	184	452	672	891	1.036	61	27	225	7.643	34.301	35.688	21,4	4
Italia	10.122	25.008	1.200	3.830	6.618	6.498	9.735	513	335	463	64.322	194.555	326.938	19,7	

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise

La provincia con la maggiore quota di imprese manifatturiere operanti nei settori esposti alla contraffazione è quella di **Prato** con 4.016 imprese artigiane esposte pari al 79,6% del manifatturiero della provincia, seguita da **Fermo** con 2.065 imprese esposte pari al 67,7%, **Firenze** con 4.390 imprese esposte pari al 48,4%, **Arezzo** con 1.667 imprese esposte pari al 48,3%, **Pistoia** con 1.070 imprese esposte pari al 40,3%, **Macerata** con 1.344 imprese esposte pari al 40,3%, **Rovigo** con 730 imprese esposte pari al 38,9%, **Pisa** con 960 imprese esposte pari al 33,9%, **Teramo** con 724 imprese esposte pari al 32,9% e **Mantova** con 998 imprese esposte pari al 32,2%.



Imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 1/3
 imprese registrate al II trim. 2014

provincia	regione	Tessile	Abbigliamento	Articoli in pelliccia	Articoli di maglieria	Cuoi, borse, pelletteria e pellicce	Calzature	Gioielleria e pietre preziose	Giochi e giocattoli	Profumi, cosmetici, saponi	Occhialeria - produzione lenti e armature	Artigianato esposto a contraffazione	Totale Manifatturiero	esposte in % Manifatturiere	Rank
CHIETI	ABRUZZO	60	129	4	10	12	15	63	3	2	2	300	2.094	14,3	46
L'AQUILA	ABRUZZO	23	60	5	3	7	1	56	1	1	0	157	1.546	10,2	76
PESCARA	ABRUZZO	57	170	6	2	19	4	42	4	2	5	311	1.728	18,0	32
TERAMO	ABRUZZO	85	310	2	21	249	26	26	2	2	1	724	2.202	32,9	9
MATERA	BASILICATA	6	55	2	9	1	1	19	2	0	1	96	842	11,4	64
POTENZA	BASILICATA	23	111	4	15	4	4	32	4	1	1	199	1.723	11,5	59
CATANZARO	CALABRIA	39	81	3	3	9	2	34	3	1	0	175	1.585	11,0	65
COSENZA	CALABRIA	71	177	9	15	16	12	90	4	7	6	407	3.044	13,4	50
CROTONE	CALABRIA	20	39	0	6	5	4	33	4	2	0	113	811	13,9	48
REGGIO DI CALABRIA	CALABRIA	63	136	4	6	6	2	85	2	4	3	311	2.547	12,2	55
VIBO VALENTIA	CALABRIA	10	24	2	2	2	0	20	0	0	0	60	696	8,6	90
AVELLINO	CAMPANIA	33	126	4	8	75	7	14	1	2	4	274	1.755	15,6	43
BENEVENTO	CAMPANIA	28	67	2	19	3	8	16	0	0	2	145	1.221	11,9	57
CASERTA	CAMPANIA	47	190	6	7	10	85	130	4	0	1	480	2.587	18,6	31
NAPOLI	CAMPANIA	182	918	47	17	168	158	408	7	6	7	1.918	8.014	23,9	16
SALERNO	CAMPANIA	78	328	6	14	24	47	79	14	4	3	597	4.633	12,9	53
BOLOGNA	EMILIA ROMAGNA	103	500	27	68	129	30	120	13	13	5	1.008	5.898	17,1	35
FERRARA	EMILIA ROMAGNA	37	188	7	25	16	10	15	3	1	3	305	1.848	16,5	41
FORLÌ - CESENA	EMILIA ROMAGNA	53	179	5	36	57	159	58	3	6	0	556	2.861	19,4	27
MODENA	EMILIA ROMAGNA	528	714	19	293	75	4	42	3	5	7	1.690	6.057	27,9	12
PARMA	EMILIA ROMAGNA	45	166	9	27	42	4	30	1	6	4	334	3.308	10,1	77
PIACENZA	EMILIA ROMAGNA	36	78	4	19	16	5	24	2	1	1	186	1.717	10,8	68
RAVENNA	EMILIA ROMAGNA	49	135	10	17	8	40	29	8	2	2	300	2.024	14,8	45
REGGIO EMILIA	EMILIA ROMAGNA	170	570	2	124	12	3	38	13	3	2	937	4.548	20,6	26
RIMINI	EMILIA ROMAGNA	47	170	11	12	53	52	71	2	2	4	424	2.042	20,8	25
GORIZIA	FRIULI-V.G.	14	16	0	1	1	1	13	0	0	1	47	504	9,3	82
PORDENONE	FRIULI-V.G.	33	59	0	11	10	1	18	0	0	0	132	1.860	7,1	99
TRIESTE	FRIULI-V.G.	21	52	9	2	3	0	27	3	0	0	117	688	17,0	36
UDINE	FRIULI-V.G.	82	104	6	12	14	22	50	5	1	9	305	3.318	9,2	85
FROSINONE	LAZIO	23	134	0	6	9	2	32	3	0	0	209	2.010	10,4	74
LATINA	LAZIO	21	109	1	4	7	3	60	1	1	1	208	1.980	10,5	73
RIETI	LAZIO	10	16	4	3	2	0	17	1	1	0	54	670	8,1	95
ROMA	LAZIO	168	1.162	93	60	157	40	1.010	19	13	4	2.726	11.571	23,6	18
VITERBO	LAZIO	21	58	4	13	34	4	22	3	1	0	160	1.458	11,0	67

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 2/3
 imprese registrate al II trim. 2014

provincia	regione	Tessile	Abbigliamento	Articoli in pelliccia	Articoli di maglieria	Cuoio, borse, pelletteria e pellicce	Calzature	Gioielleria e pietre preziose	Giochi e giocattoli	Profumi, cosmetici, saponi	Occhialeria - produzione lenti e armature	Artigianato esposto a contraffazione	Totale Manifatturiero	esposte in % Manifatturiere	Rank
GENOVA	LIGURIA	78	243	22	27	30	11	99	8	8	6	532	4.048	13,1	51
IMPERIA	LIGURIA	12	45	4	5	5	3	45	2	2	3	126	1.095	11,5	62
LA SPEZIA	LIGURIA	22	49	2	2	1	2	21	0	0	1	100	1.076	9,3	83
SAVONA	LIGURIA	18	55	6	7	12	3	41	4	2	0	148	1.483	10,0	79
BERGAMO	LOMBARDIA	282	437	19	47	40	8	101	9	12	4	959	7.383	13,0	52
BRESCIA	LOMBARDIA	247	662	17	264	51	66	78	13	6	8	1.412	10.102	14,0	47
COMO	LOMBARDIA	229	339	14	13	26	7	58	12	3	1	702	4.233	16,6	40
CREMONA	LOMBARDIA	49	114	13	26	10	9	23	3	6	0	253	2.193	11,5	60
LECCO	LOMBARDIA	86	75	5	7	16	1	22	0	3	2	217	2.532	8,6	91
LODI	LOMBARDIA	19	42	8	3	7	2	14	3	6	2	106	1.056	10,0	78
MANTOVA	LOMBARDIA	152	506	5	280	11	15	21	3	2	3	998	3.098	32,2	10
MILANO	LOMBARDIA	342	1.225	160	88	373	104	612	29	18	8	2.959	13.570	21,8	22
MONZA E BRIANZA	LOMBARDIA	163	284	42	23	47	4	61	11	6	1	642	5.846	11,0	66
PAVIA	LOMBARDIA	40	134	21	26	30	174	116	4	2	0	547	3.169	17,3	34
SONDRIO	LOMBARDIA	22	19	3	3	2	0	14	0	1	0	64	1.021	6,3	101
VARESE	LOMBARDIA	406	394	14	83	73	43	107	15	7	10	1.152	5.284	21,8	23
ANCONA	MARCHE	85	334	9	56	26	49	88	5	4	5	661	3.038	21,8	24
ASCOLI PICENO	MARCHE	45	137	3	19	21	68	30	5	3	0	331	1.468	22,5	20
FERMO	MARCHE	27	102	3	19	70	1.810	31	1	1	1	2.065	3.049	67,7	2
MACERATA	MARCHE	70	159	4	59	225	744	70	7	3	3	1.344	3.332	40,3	6
PESARO E URBINO	MARCHE	109	271	3	64	19	16	70	6	6	1	565	3.219	17,6	33
CAMPOBASSO	MOLISE	17	67	3	1	6	3	29	2	0	0	128	1.074	11,9	56
ISERNIA	MOLISE	8	13	0	5	0	1	8	0	0	2	37	426	8,7	89
ALESSANDRIA	PIEMONTE	25	117	10	20	8	7	726	5	3	3	924	3.019	30,6	11
ASTI	PIEMONTE	45	56	5	10	0	2	7	1	0	0	126	1.509	8,3	93
BIELLA	PIEMONTE	285	43	2	20	5	2	9	4	1	0	371	1.353	27,4	13
CUNEO	PIEMONTE	58	161	11	4	7	1	27	10	3	1	283	4.579	6,2	102
NOVARA	PIEMONTE	92	191	7	26	13	20	26	2	3	2	382	2.300	16,6	38
TORINO	PIEMONTE	240	713	39	41	82	7	172	22	14	20	1.350	13.092	10,3	75
VERBANIA	PIEMONTE	19	28	1	3	2	3	17	2	2	1	78	1.090	7,2	98
VERCELLI	PIEMONTE	49	38	4	21	4	1	8	2	0	1	128	1.191	10,7	69
BARI	PUGLIA	273	932	28	124	25	200	230	4	5	6	1.827	7.675	23,8	17
BRINDISI	PUGLIA	25	92	1	6	3	0	33	1	2	1	164	1.426	11,5	63
FOGGIA	PUGLIA	29	113	4	3	5	6	46	1	1	1	209	2.274	9,2	86
LECCE	PUGLIA	147	293	3	104	15	40	105	3	6	15	731	4.346	16,8	37
TARANTO	PUGLIA	32	120	2	1	9	3	45	0	1	0	213	1.534	13,9	49

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 3/3
 imprese registrate al II trim. 2014

provincia	regione	Tessile	Abbigliamento	Articoli in pelliccia	Articoli di maglieria	Cuoio, borse, pelletteria e pellicce	Calzature	Gioielleria e pietre preziose	Giochi e giocattoli	Profumi, cosmetici, saponi	Occhialeria - produzione lenti e armature	Artigianato esposto a contraffazione	Totale Manifatturiero	esposte in % Manifatturiere	Rank
CAGLIARI	SARDEGNA	55	132	4	6	17	5	154	9	2	4	388	3.136	12,4	54
NUORO	SARDEGNA	35	52	0	4	11	5	57	5	4	2	175	1.640	10,7	70
ORISTANO	SARDEGNA	19	22	0	1	6	2	6	0	0	0	56	726	7,7	96
SASSARI	SARDEGNA	64	84	3	8	21	8	106	14	1	2	311	2.679	11,6	58
AGRIGENTO	SICILIA	8	30	2	2	4	0	24	3	0	2	75	1.603	4,7	105
CALTANISSETTA	SICILIA	15	34	0	2	2	3	7	0	1	0	64	919	7,0	100
CATANIA	SICILIA	75	202	6	3	24	15	46	5	8	3	387	4.789	8,1	94
ENNA	SICILIA	7	37	3	3	5	0	11	1	2	2	71	794	8,9	88
MESSINA	SICILIA	50	118	6	5	10	2	71	4	5	5	276	2.865	9,6	80
PALERMO	SICILIA	75	189	20	9	27	40	138	2	3	5	508	4.407	11,5	61
RAGUSA	SICILIA	25	33	4	2	0	2	33	1	3	3	106	1.446	7,3	97
SIRACUSA	SICILIA	33	43	1	6	7	2	37	3	2	3	137	1.530	9,0	87
TRAPANI	SICILIA	29	38	1	1	1	2	41	0	1	3	117	1.933	6,1	103
AREZZO	TOSCANA	78	245	8	81	152	123	972	3	5	0	1.667	3.448	48,3	4
FIRENZE	TOSCANA	232	827	83	110	2.354	353	396	19	10	6	4.390	9.075	48,4	3
GROSSETO	TOSCANA	24	38	0	4	18	1	27	1	0	0	113	1.074	10,5	72
LIVORNO	TOSCANA	28	41	4	12	10	3	43	1	3	0	145	1.361	10,7	71
LUCCA	TOSCANA	44	96	1	22	27	251	32	5	1	0	479	2.886	16,6	39
MASSA-CARR.	TOSCANA	12	28	3	4	2	1	20	3	1	0	74	1.267	5,8	104
PISA	TOSCANA	49	126	5	55	379	288	50	6	2	0	960	2.831	33,9	8
PISTOIA	TOSCANA	516	171	6	73	36	225	35	4	3	1	1.070	2.652	40,3	5
PRATO	TOSCANA	1.197	2.448	14	184	115	20	29	6	3	0	4.016	5.046	79,6	1
SIENA	TOSCANA	36	55	6	17	104	25	42	2	2	0	289	1.508	19,2	28
BOLZANO	TREN. A.A.	44	102	2	10	27	3	100	1	4	1	294	3.170	9,3	84
TRENTO	TREN. A.A.	65	94	6	8	11	4	29	3	3	2	225	2.689	8,4	92
PERUGIA	UMBRIA	179	542	10	313	32	27	110	8	5	2	1.228	4.525	27,1	14
TERNI	UMBRIA	22	85	4	32	6	4	40	4	1	1	199	1.041	19,1	29
AOSTA	V.D'AOSTA	12	28	0	1	4	2	10	2	1	0	60	637	9,4	81
BELLUNO	VENETO	15	36	1	9	4	2	14	4	0	135	220	1.337	16,5	42
PADOVA	VENETO	225	815	117	98	128	209	179	16	6	6	1.799	7.472	24,1	15
ROVIGO	VENETO	56	554	4	28	13	54	14	5	2	0	730	1.878	38,9	7
TREVISO	VENETO	192	515	12	128	32	180	83	12	5	64	1.223	6.532	18,7	30
VENEZIA	VENETO	113	302	13	32	93	269	197	6	5	4	1.034	4.555	22,7	19
VERONA	VENETO	131	437	7	61	44	148	86	7	5	6	932	6.214	15,0	44
VICENZA	VENETO	229	475	30	96	358	29	463	11	4	10	1.705	7.700	22,1	21
Italia		10.122	25.008	1.200	3.830	6.618	6.498	9.735	513	335	463	64.322	326.938	19,7	

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Esaminando la **dinamica di breve periodo** (II trim. 2014-II trim. 2013) delle **imprese artigiane esposte nei settori esposti alla contraffazione** per Regione si osservano flessioni superiori ai cinque punti percentuali in **Sicilia** (-6,0%), **Liguria** (-5,5%), **Calabria** e **Abruzzo** (-5,4%), **Molise** (-5,2%) e **Basilicata** (-5,1%).

Nel **lungo periodo** (II trim. 2014-II trim. 2009) la diminuzione più rilevante delle imprese artigiane esposte nei settori esposti alla contraffazione si registra nel **Molise** (-27,3%), seguito dalla **Puglia** (-24,3%), **Sicilia** (-19,1%), **Basilicata** (-18,7%), **Sardegna**, (-17,9%) e **Calabria** (-17,7%).

Il **mix tra una più elevata quota di economia sommersa e di una più accentuata selezione del sistema imprenditoriale esposto al fenomeno della contraffazione aggrava le condizioni di competitività delle imprese del Mezzogiorno** con conseguenze negative sulla crescita e sulla domanda di lavoro nelle regioni meridionali.

Dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione per regione

imprese registrate al II trim. 2014 Ateco 13, 14, 15, 321, 324, 2042, 32504 e 32505

regione	Artigianato esposto a contraffazione	
	II trim. 2014-II trim. 2013	II trim. 2014-II trim. 2009
ABRUZZO	-5,4	-15,8
BASILICATA	-5,1	-18,7
CALABRIA	-5,4	-17,7
CAMPANIA	-3,5	-12,6
EMILIA ROMAGNA	-1,9	-11,7
FRIULI-V.G.	-1,5	-8,9
LAZIO	-3,1	-8,0
LIGURIA	-5,5	-14,1
LOMBARDIA	-2,0	-8,0
MARCHE	-2,3	-10,4
MOLISE	-5,2	-27,3
PIEMONTE	-3,9	-14,5
PUGLIA	-4,2	-24,3
SARDEGNA	-4,3	-17,9
SICILIA	-6,0	-19,1
TOSCANA	0,6	0,7
TRENTINO - A.A.	-1,9	-0,6
UMBRIA	-0,5	-8,0
VALLE D'AOSTA	1,7	27,7
VENETO	-1,8	-11,0
Italia	-2,1	-9,9

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise

Di seguito le tavole provinciali con la dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione di breve (II trim. 2014-II trim. 2013) e di lungo periodo (II trim. 2014-II trim. 2009).



Dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 1/3
 imprese registrate al II trim. 2014 Ateco 13, 14, 15, 321, 324, 2042, 32504 e 32505

provincia	regione	Artigianato esposto a contraffazione	
		II trim. 2014-II trim. 2013	II trim. 2014-II trim. 2009
CHIETI	ABRUZZO	-4,8	-18,5
L'AQUILA	ABRUZZO	-6,5	-25,6
PESCARA	ABRUZZO	1,6	-0,3
TERAMO	ABRUZZO	-8,1	-17,8
MATERA	BASILICATA	0,0	-13,5
POTENZA	BASILICATA	-7,4	-21,0
CATANZARO	CALABRIA	-6,9	-19,7
COSENZA	CALABRIA	-7,5	-19,6
CROTONE	CALABRIA	-3,4	-22,6
REGGIO DI CALABRIA	CALABRIA	-2,2	-6,6
VIBO VALENTIA	CALABRIA	-6,3	-35,5
AVELLINO	CAMPANIA	-5,2	-32,0
BENEVENTO	CAMPANIA	-4,6	-11,0
CASERTA	CAMPANIA	-4,4	-0,8
NAPOLI	CAMPANIA	-2,3	-9,8
SALERNO	CAMPANIA	-5,2	-18,2
BOLOGNA	EMILIA ROMAGNA	1,7	-6,0
FERRARA	EMILIA ROMAGNA	-3,8	-21,3
FORLÌ - CESENA	EMILIA ROMAGNA	0,4	-11,3
MODENA	EMILIA ROMAGNA	-4,1	-15,7
PARMA	EMILIA ROMAGNA	-4,8	-15,9
PIACENZA	EMILIA ROMAGNA	-1,1	-4,6
RAVENNA	EMILIA ROMAGNA	-4,8	-14,5
REGGIO EMILIA	EMILIA ROMAGNA	-1,2	-10,4
RIMINI	EMILIA ROMAGNA	0,5	0,2
GORIZIA	FRIULI-V.G.	0,0	-17,5
PORDENONE	FRIULI-V.G.	-4,3	-5,7
TRIESTE	FRIULI-V.G.	2,6	-5,6
UDINE	FRIULI-V.G.	-1,9	-10,0
FROSINONE	LAZIO	-7,1	-23,7
LATINA	LAZIO	-3,7	-19,7
RIETI	LAZIO	-10,0	-15,6
ROMA	LAZIO	-2,5	-5,3
VITERBO	LAZIO	-4,8	-7,5

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 2/3

imprese registrate al II trim. 2014 Ateco 13, 14, 15, 321, 324, 2042, 32504 e 32505

provincia	regione	Artigianato esposto a contraffazione	
		II trim. 2014-II trim. 2013	II trim. 2014-II trim. 2009
GENOVA	LIGURIA	-2,9	-14,9
IMPERIA	LIGURIA	-10,6	-22,2
LA SPEZIA	LIGURIA	-8,3	-7,4
SAVONA	LIGURIA	-8,1	-7,5
BERGAMO	LOMBARDIA	-0,3	-8,6
BRESCIA	LOMBARDIA	-4,7	-15,8
COMO	LOMBARDIA	0,3	-1,8
CREMONA	LOMBARDIA	-6,3	-18,4
LECCO	LOMBARDIA	-4,8	-12,1
LODI	LOMBARDIA	-6,2	-11,7
MANTOVA	LOMBARDIA	-3,3	-11,1
MILANO	LOMBARDIA	0,2	2,2
MONZA E BRIANZA	LOMBARDIA	-1,1	-0,6
PAVIA	LOMBARDIA	-3,4	-10,9
SONDRIO	LOMBARDIA	-11,1	-20,0
VARESE	LOMBARDIA	-3,4	-17,9
ANCONA	MARCHE	1,8	-0,8
ASCOLI PICENO	MARCHE	-1,5	-11,5
FERMO	MARCHE	-1,9	-8,7
MACERATA	MARCHE	-5,1	-15,0
PESARO E URBINO	MARCHE	-1,7	-13,9
CAMPOBASSO	MOLISE	-2,3	-26,4
ISERNIA	MOLISE	-14,0	-30,2
ALESSANDRIA	PIEMONTE	-6,9	-22,1
ASTI	PIEMONTE	1,6	-0,8
BIELLA	PIEMONTE	-3,9	-20,9
CUNEO	PIEMONTE	-3,1	-9,6
NOVARA	PIEMONTE	-4,7	-15,7
TORINO	PIEMONTE	-2,5	-8,1
VERBANIA	PIEMONTE	-1,3	-4,9
VERCELLI	PIEMONTE	-3,0	-21,5
BARI	PUGLIA	-3,7	-25,1
BRINDISI	PUGLIA	-2,4	-24,1
FOGGIA	PUGLIA	-3,2	-22,3
LECCE	PUGLIA	-6,0	-26,2
TARANTO	PUGLIA	-4,1	-11,3

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Dinamica imprese artigiane esposte alla contraffazione per provincia - 3/3
 imprese registrate al II trim. 2014 Ateco 13, 14, 15, 321, 324, 2042, 32504 e 32505

provincia	regione	Artigianato esposto a contraffazione	
		II trim. 2014-II trim. 2013	II trim. 2014-II trim. 2009
CAGLIARI	SARDEGNA	-3,5	-16,6
NUORO	SARDEGNA	-2,8	-16,7
ORISTANO	SARDEGNA	-5,1	-22,2
SASSARI	SARDEGNA	-6,0	-19,4
AGRIGENTO	SICILIA	-11,8	-32,4
CALTANISSETTA	SICILIA	-7,2	-36,0
CATANIA	SICILIA	-7,9	-23,1
ENNA	SICILIA	-12,3	-22,8
MESSINA	SICILIA	-0,4	-10,1
PALERMO	SICILIA	-5,4	-18,1
RAGUSA	SICILIA	-8,6	-15,9
SIRACUSA	SICILIA	-5,5	-15,4
TRAPANI	SICILIA	-4,9	-11,4
AREZZO	TOSCANA	0,5	-5,2
FIRENZE	TOSCANA	2,6	5,8
GROSSETO	TOSCANA	-5,8	-17,5
LIVORNO	TOSCANA	-3,3	-8,2
LUCCA	TOSCANA	-3,2	-8,8
MASSA CARRARA	TOSCANA	4,2	4,2
PISA	TOSCANA	-1,4	-8,1
PISTOIA	TOSCANA	-3,0	-14,5
PRATO	TOSCANA	0,9	7,9
SIENA	TOSCANA	-1,0	-4,0
BOLZANO	TRENTINO - A.A.	-4,2	-1,3
TRENTO	TRENTINO - A.A.	1,4	0,4
PERUGIA	UMBRIA	-0,6	-7,4
TERNI	UMBRIA	0,5	-11,6
AOSTA	VALLE D'AOSTA	1,7	27,7
BELLUNO	VENETO	-2,2	-11,3
PADOVA	VENETO	-2,0	-9,3
ROVIGO	VENETO	-2,4	-7,6
TREVISO	VENETO	-2,4	-13,8
VENEZIA	VENETO	-1,9	-11,4
VERONA	VENETO	1,0	-8,7
VICENZA	VENETO	-2,3	-12,9
Italia		-2,1	-9,9

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere e Mise



Riferimenti

COMMISSIONE EUROPEA (2014), Report on EU customs enforcement of intellectual property rights. Results at the EU border 2013

COMMISSIONE EUROPEA (2013), Troppo bello per essere vero? La verità sul prezzo dei prodotti contraffatti

ISTAT (2014), Banca dati Coeweb

ISTAT (2014b), Il ricalcolo del Pil per l'anno 2011, nota informativa 9 settembre

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO (2013), La contraffazione in cifre. La lotta alla Contraffazione in Italia nel quinquennio 2008–2012

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO (2014), Banca dati Iperico

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO (2012), Dimensioni, caratteristiche e approfondimenti sulla contraffazione, in collaborazione con Censis

OCSE (2009), Magnitude of counterfeiting and piracy of tangible products: an update, novembre

UNIONCAMERE-INFOCAMERE (2014), Movimprese II trimestre 2014

3. Natura e caratteristiche del mercato della contraffazione

La produzione di beni contraffatti **non è appannaggio delle cosiddette imprese marginali.**

Le indagini sul fenomeno hanno infatti permesso di identificare almeno due tipologie di imprese del falso:

- a) **quelle destrutturate**, ovvero quelle imprese che producono nascoste, a volte anche negli scantinati, con personale completamente in nero, senza nessun rispetto delle norme sulla sicurezza sui luoghi di lavoro, organizzando tutta la produzione in modo illegale;
- b) **quelle ben strutturate** e con sedi per così dire legali, con siti produttivi anche di dimensioni notevoli radicate sul territorio, che uniscono spesso una attività regolare ad una produzione di beni contraffatti.

In molti casi queste imprese organizzano il processo produttivo del contraffatto con la stessa metodologia produttiva delle produzioni regolari, avvalendosi di una fitta rete di forniture e di relazioni commerciali e produttive che risponde non solo ai classici criteri di economicità e di tempistica delle lavorazioni, ma anche e soprattutto all'esigenza di rendere più difficile l'individuazione dei siti ove si svolgono le singole fasi di lavorazione del prodotto.

Sotto questo profilo, lo **sviluppo esponenziale del web**, con la conseguente crescita di internet per le attività commerciali, **ha favorito la crescita e la natura globale del fenomeno** in ragione delle immense potenzialità della rete per raggiungere il consumatore in tutto il mondo, con costi e velocità di contatto che le altre forme di scambio commerciale non hanno.

In particolare, **il nostro Paese è, come è noto, contemporaneamente grande produttore e grande consumatore di beni contraffatti** e tale circostanza aggrava gli effetti economici e sociali.

Questa caratteristica è particolarmente sensibile, poiché da un lato è rilevante il numero dei consumatori coinvolti (si stima che un italiano su dieci abbia acquistato consapevolmente almeno un prodotto contraffatto), dall'altro chi acquista il contraffatto tende a perseverare nell'illecito, pur nella consapevolezza di commettere un reato.



In sintesi, le caratteristiche e le dimensioni che il mercato della contraffazione ha assunto, assumono ormai una tale e fitta rete di integrazione col mercato regolare, che la distinzione tra ciò che è lecito e ciò che non lo è, non rileva in modo marcato e distinto nei comportamenti dei consumatori.

4. Dimensione multinazionale del fenomeno

Nel mercato della contraffazione, l'intreccio sempre più stretto tra organizzazioni mafiose nostrane e la criminalità straniera, assume una rilevanza molto significativa anche per **gli aspetti finanziari coinvolti**: la capacità di occultare e riciclare i denari con un meccanismo di scatole cinesi attraverso società fittizie con sedi in Italia, intestate a nullatenenti, e all'estero in paesi *off-shore*, **collegato intimamente alla modalità di produzione in filiere lunghe**, innerva in modo sensibile l'economia illegale e non raramente, anche in questo caso, **diventa inestricabile l'intreccio tra la parte legale e la parte illegale dell'economia**.

La contraffazione non è soltanto produzione multinazionale di merci, ma anche gestione di tutta la rete di distribuzione, che pure in questo caso è controllata e gestita dalle organizzazioni criminali; questa avviene essenzialmente attraverso l'introduzione e la distribuzione di materiale contraffatto proveniente dai paesi orientali, attraverso i porti di Anversa e Rotterdam, in Europa, Trieste, Bari, Livorno, Gioia Tauro, Napoli, Civitavecchia e Genova in Italia. Sotto questo profilo il punto di debolezza più importante è l'insufficienza dei controlli agli scali che consentono, ad un'organizzazione criminale efficiente, nel giro delle quarantotto ore successive allo sbarco, di far circolare, nei canali europei della distribuzione illegale, i prodotti importati; ma non solo: con il tempo è maturata una grande capacità degli operatori della contraffazione, di adeguare in modo molto rapido i luoghi di introduzione delle merci a seconda della intensità e della severità dei controlli nei diversi scali, con la conseguenza di rendere particolarmente difficile il contrasto del fenomeno senza **un serrato coordinamento delle diverse forze di intervento e repressione a livello internazionale**. Questa è una delle linee che andrebbe particolarmente rafforzata, in termini di elaborazione di policy anticontraffazione.

In Europa, invece, per anni la UE ha sottovalutato il fenomeno, né ha avuto la capacità di intuirne le potenzialità di radicamento e sviluppo. Solo negli ultimi tempi, soprattutto a seguito delle pressioni dei Paesi più esposti, e tra questi l'Italia, sta finalmente crescendo la consapevolezza che la contraffazione non è solo un problema italiano, ma riguarda l'intero mercato europeo. Per molto tempo, infatti, in Europa **solo l'Italia si è preoccupata di difendere le produzioni dalle falsificazioni, e non solo dei brand, ma anche contrastando le false indicazioni di origine, che sono anche esse vere e proprie falsificazioni**. Questa evoluzione nella coscienza del vecchio continente è importante soprattutto in un momento in cui le piccole e medie imprese europee soffrono non solo per la crisi economica, ma anche per la concorrenza sleale messa in atto da varie parti, in alcuni casi fondata sulla contraffazione, ivi compresa quella dell'indicazione dell'origine delle merci, il *Made in*.

Non è da oggi che nel nostro Paese il Legislatore cerca una strada compatibile con i principi del diritto comunitario per **consentire alle produzioni nazionali di essere valorizzate presso il consumatore domestico e internazionale** con l'obiettivo di aumentare il livello di informazione e consapevolezza dello stesso consumatore, spesso esposto al rischio di acquistare beni contraffatti nel marchio o nell'indicazione d'origine, non solo sotto il profilo del danno economico derivante dalla fraudolenta depauperazione del valore intrinseco e della qualità, ma anche compromettendo il



livello di sicurezza, poiché spesso i prodotti contraffatti presentano aspetti di pericolosità legata alle caratteristiche tecniche/strutturali o ai materiali con cui sono realizzati.

Solo ultimamente la protezione dei consumatori dalle false origini dei prodotti è divenuta **un dossier europeo dal difficile cammino**, con il quale si sta cercando, anche su grande sollecitazione di Confartigianato, di **introdurre obbligatoriamente l'indicazione d'origine per tutti i prodotti fabbricati sia in area Ue sia per quelli in area extra-UE**, destinati al mercato unico interno, nell'ambito della discussione del pacchetto sulla "sicurezza dei prodotti e vigilanza del mercato."

Quanto ai Paesi dove il fenomeno è più rilevante l'Italia, la Spagna, la Turchia, il Marocco e i Paesi dell'ex blocco sovietico sono i Paesi ove il settore del falso ha un maggior peso in termini economici produttivi e di fatturato, mentre, tra i Paesi in ingresso troviamo il Belgio e l'Olanda, soprattutto perché sono notoriamente aree di transito delle merci e dove si comincia a radicare anche la produzione, soprattutto riferita ad alcune particolari fasi di lavorazione intermedia (assemblaggio, etichettatura, confezionamento, ecc.).

A dare la dimensione internazionale del fenomeno, riteniamo che sia particolarmente significativo il caso delle contraffazioni di medicinali.

Se è l'Asia ad essere capofila del fenomeno, anche l'Europa non ne è immune: gli uffici doganali dell'UE stimano che circa il 10% delle merci false bloccate alle frontiere siano medicinali; peraltro, in conseguenza dell'aumento dei controlli sui farmaci, molti prodotti contenenti principi farmacologicamente attivi vengono venduti non come medicinali, quali effettivamente essi sono, ma come integratori alimentari o cosmetici, cioè tipologie commerciali soggette a controlli meno stringenti.

Citiamo in particolare il caso dei farmaci, poiché in Italia non si hanno notizie di una forte incidenza della contraffazione in questo settore.

Infatti, nel settore dei prodotti farmaceutici, **molto è stato fatto finora sia a livello normativo sia nel sistema di controllo** e l'insieme delle attività intraprese, tra cui **il sistema di tracciatura automatizzata promosso dal Ministero della Salute**, fanno del nostro Paese il **golden standard** mondiale e inducono tutti gli esperti a ritenere che, allo stato attuale, non sia possibile la circolazione di farmaci contraffatti nei canali ufficiali di vendita.

Pur essendo, pertanto, l'Italia, storicamente, uno dei maggiori produttori del falso (tanto da risulta il primo produttore di beni contraffatti a livello europeo ed il terzo a livello mondiale, esattamente come per le produzioni regolari in Paesi a minor costo di lavoro) **anche il settore del contraffatto ha in gran parte delocalizzato le produzioni**. Come per le produzioni regolari, anche l'industria del falso ha saputo **sfruttare la globalizzazione del mercato spostando le produzioni nei Paesi asiatici e in quelli dell'Est europeo** dove il costo della manodopera è esiguo.

La produzione e la commercializzazione dei prodotti contraffatti quindi, **grazie alla globalizzazione**, si è affermata in tutto il mondo producendo nella quasi totalità dei Paesi notevoli cambiamenti in termini economici, fiscali e sociali, alterando il loro prodotto interno lordo, favorendo il lavoro nero e privando gli Stati di entrate fiscali.

In tutto il mondo l'industria dei prodotti contraffatti è ormai quasi completamente in mano alle organizzazioni criminali, che ne organizzano i siti produttivi e ne gestiscono la distribuzione ed il



commercio. E così le produzioni contraffatte vengono commercializzate attraverso canali irregolari, ma anche attraverso canali commerciali regolari.

5. Il commercio dei beni contraffatti

In Italia, il commercio di beni contraffatti sta abbandonando i luoghi tradizionali per la vendita, che non avviene più solo nelle strade, ma utilizza metodi sempre più sofisticati e sta aumentando progressivamente nei volumi, tutto ciò nonostante il grande impegno operato a tutti i livelli dalle forze dell'ordine per reprimere il fenomeno.

Esistono tre principali canali attraverso i quali avviene la commercializzazione di prodotti contraffatti:

- il primo è quello dei più diversi canali ambulanti, spesso controllati da vere e proprie organizzazioni criminali che sfruttano cittadini extracomunitari;
- il secondo è costituito dai negozi, dove il prodotto contraffatto viene messo in vendita insieme a agli articoli originali;
- il terzo, in fase di espansione, è quello del commercio elettronico che garantisce anonimato ed elevata capacità di transazione.

L'abusivismo commerciale rappresenta l'altra faccia della contraffazione, oltre ad essere, come è noto, uno dei maggiori fenomeni di degrado delle città, con incidenze economiche e sociali anche molto gravi, essendo uno degli anelli di collegamento fra economia pulita e quella zona grigia d'imprenditoria borderline fra legale e illegale.

Il commercio via internet (e-commerce) offre ai contraffattori e ai distributori elevate garanzie di anonimato e un'alta capacità di transazione. Sono numeri importanti di un fenomeno che non ha più le caratteristiche di marginalità sociale, come un tempo, ma che è divenuto uno dei polmoni finanziari più importanti di queste attività.

Non vi è dubbio che il mercato della contraffazione, dunque, alimenti in modo considerevole la cosiddetta economia sommersa e, quindi, , comporti costi e perdite rilevanti anche per lo Stato.

6. Principali effetti dannosi prodotti dal fenomeno della contraffazione

Gli effetti negativi del fenomeno, che interessano - peraltro - tanto la sfera economica, che quella sociale, sono principalmente e tradizionalmente riconducibili al fatto che la contraffazione:

1. rappresenta un illecito;
2. contribuisce al dilagare della criminalità;
3. concorre all'evasione fiscale;
4. alimenta il lavoro nero;
5. costituisce un potenziale pericolo per la salute e l'incolumità dei consumatori oltre che per l'ambiente.

Oltre agli aspetti più direttamente legati ai fenomeni criminali, di cui si è detto nei paragrafi precedenti, è importante anche soffermarsi sugli **aspetti legati al pericolo per la sicurezza e per la**



salute, anche perché questi finiscono per essere sottovalutati dal consumatore e perché non sono certamente gli effetti sui quali si concentrano l'attività di comunicazione e quella mediatica.

Il fatto che i prodotti contraffatti siano fabbricati senza rispetto delle norme a tutela dell'ambiente, della salute e sicurezza, mette in pericolo il consumatore che spesso non ne conosce i potenziali rischi o tende a sottovalutarli.

I danni derivanti dall'utilizzo di prodotti nocivi, come spesso sono quelli contenuti nei prodotti contraffatti, generano ulteriori costi sanitari per la collettività. A titolo esemplificativo si riporta **come oramai diversi studi abbiano dimostrato che la presenza di ammine aromatiche presenti nei capi di abbigliamento prodotti senza controlli** causano gravissime dermatiti, allergie e tumori. Notevoli i danni prodotti all'ambiente per l'inosservanza delle norme nei siti produttivi, con costi per la collettività difficilmente stimabili, ma sicuramente molto elevati.

7. Contraffazione d'origine e MPMI

Il nostro tessuto produttivo, vale ricordarlo ancora una volta, è costituito per la quasi totalità da imprese di media, piccola o piccolissima dimensione, che **pur posizionandosi in maniera differenziata all'interno della catena del valore del *Made in Italy*, subiscono comunque tutte pesanti danni dal mercato del falso.**

Certamente, l'innovazione, la creatività, il *know-how*, la ricerca, l'aspetto estetico dei prodotti, nonché il carattere attrattivo dei marchi, sono tutti fattori che consentono alle imprese di aumentare la loro competitività nell'attuale mercato globale altamente concorrenziale.

Esistono diversi studi sulla relazione tra percezione del *brand* da parte del consumatore e la decisione di effettuare l'acquisto. Il *brand* è un bene intangibile molto speciale, ed in molte tipologie di attività è il bene principale posseduto da un'azienda a causa del suo impatto economico perché, come detto, il *brand* influenza le scelte del consumatore.

E' normale, pertanto, che quando si parla di merci contraffatte il pensiero inevitabilmente va a prodotti che recano riproduzioni di marchi d'impresa registrati o a prodotti che sono copie perfette di quelli coperti da brevetti o diritti d'autore.

Non bisogna, tuttavia, trascurare, da un lato gli effetti indotti che la contraffazione legata ai *brand* reca all'intera filiera delle imprese coinvolte nel processo di produzione, ma anche il disvalore generato da lavorazioni e rifiniture di scarsa qualità che generano discredito sulla buona reputazione che hanno i processi di lavorazione e rifinitura effettuati – generalmente dalle MPMI – nel nostro Paese.

Per questa ragione una delle principali linee di azione che, ad avviso di Confartigianato andrebbe rafforzata a tutela delle nostre produzioni, riguarda la tutela dell'origine delle merci.

Secondo una non recentissima Ricerca CENSIS, **l'italianità rappresenta sui mercati esteri un vero e proprio strumento di marketing**: è una garanzia ancor più della marca o del *brand*.



Le piccole imprese italiane, più che sui loro marchi spesso non conosciuti, fondano la propria credibilità semplicemente sul fatto di essere aziende italiane, di produrre in Italia nel rispetto dei canoni di qualità e della tradizione.

L'Italia è uno dei Paesi a maggiore rischio di perdita di competitività a causa dello sviluppo del mercato del falso, perché dispone di una struttura produttiva composta per la grande maggioranza da **imprese micro, piccole e medio-piccole, che hanno difficoltà ad attrezzarsi adeguatamente per contrastare il fenomeno.**

Il Made in Italy è la punta di diamante dell'imprenditoria nazionale: accanto al gusto, alla tradizione, all'eleganza e alla originalità delle creazioni delle nostre aziende, c'è l'alta qualità delle lavorazioni e delle rifiniture, che contribuisce a fare in modo che i nostri prodotti siano apprezzati in tutto il mondo e, proprio per questo, **la "appropriazione indebita" del marchio Made in Italy, dovrebbe essere considerato come una delle peggiori forme di illecito.**

Vale la pena far notare che la grande maggioranza degli imprenditori ritiene che la difesa del Made in Italy debba divenire un punto cardine nella politica economica del nostro Paese e che sia arrivato il momento di **adottare un programma rigoroso di tracciabilità delle produzioni** per fare in modo che solo i prodotti che rispettano le norme sull'indicazione di origine possano avvalersi del marchio Made in Italy.

A riprova di quanto sia fondamentale la garanzia di provenienza delle merci per il Made in Italy c'è il fenomeno dell'*Italian sounding*, ossia la diffusione all'estero di prodotti che presentano nomi, loghi, colori o slogan riconducibili all'Italia. Prodotti che spesso non riportano la riproduzione del marchio noto, ma hanno nomi che lo richiamano, ed in ogni caso puntano sul far immaginare al consumatore che quello sia un prodotto italiano.

Da questo punto di vista, anche se i Paesi dove sono più diffuse le imitazioni del Made in Italy sono l'Australia e l'America. Questi prodotti sono ormai destinati anche all'esportazione nei nuovi mercati come la Cina, dove sugli scaffali sono arrivate prima le imitazioni che non i prodotti originali.

8. Internet e contraffazione

Da più parti e da tempo si richiede maggiore attenzione verso forme illecite del mercato del commercio elettronico.

Uno dei temi più controversi, da questo punto di vista, è la ripartizione delle responsabilità da attribuire ai diversi attori coinvolti, laddove è necessario temperare da un lato il necessario supporto allo sviluppo di questa forma di commercio, dall'altro la repressione delle attività illecite e criminali che possono essere facilitate dal commercio elettronico ed anche in questo dibattito, oltre alle truffe, la tematica che genera le maggiori problematiche è quella della contraffazione.

Si tratta di un terreno nel quale è difficile immaginare che si possa intervenire soltanto con strumenti di regolazione, sia per la dimensione globale del fenomeno, sia per la complessità di definizione delle regole in ragione della natura dei diversi soggetti coinvolti e delle relative responsabilità.



Sarebbe auspicabile, invece, sotto questo profilo, **lo sviluppo - a livello internazionale - di un sistema di controllo e segnalazione di prodotti contraffatti presenti su piattaforme, con il diretto coinvolgimento dei soggetti interessati**, per ottenere un incremento della responsabilizzazione in capo agli operatori commerciali attivi in internet, al fine di aumentare la possibilità di contrasto alla contraffazione.

9. L'azione a contrasto della contraffazione e del commercio abusivo

Nonostante le energie spesso impiegate dalle aziende di produzione per tutelare le proprie produzioni ed i marchi connessi, troppo spesso la contraffazione, nel senso comune, è considerata una forma minore di delinquenza.

Purtroppo, a fronte di queste energie profuse dalle imprese, non corrisponde infatti, la piena consapevolezza da parte dei consumatori delle conseguenze economiche e sociali che la contraffazione comporta.

E' evidente, allora, che ancor prima delle necessarie attività di controllo e repressione, siano fondamentali le azioni di corretta informazione e sensibilizzazione dei consumatori, promuovendo campagne di comunicazione sui danni economici e i rischi cui si va incontro acquistando merci contraffatte.

Ad alimentare il fenomeno è la sottovalutazione da parte dell'opinione pubblica, che ancora oggi culturalmente relega la contraffazione al solo campo del lusso, e la ritiene anche un adeguamento dei costi troppo elevati praticati dai produttori di quei beni.

Quello della contraffazione è un fenomeno che può essere contrastato e deve essere combattuto con la massima intransigenza, pertanto, non soltanto attraverso la fondamentale attività di controllo degli organi preposti, ma anche continuando a promuovere il concetto che qualità, sicurezza e legalità non appartengono al mondo del contraffatto.

È necessario che cresca nel Paese la consapevolezza dell'attenzione del consumatore al valore intrinseco del prodotto, piuttosto che al marchio, ed è necessario fare crescere l'idea che ciò che conta non è tanto il marchio, ma il valore che lo stesso marchio racchiude in termini di qualità, serietà e sicurezza del prodotto. Importante anche far comprendere al consumatore che la contraffazione di alcuni prodotti, rappresenta un pericolo immediato, una vera e propria minaccia alla salute e alla sicurezza.

Quindi è necessario agire culturalmente sul consumatore, in maniera preventiva, anziché in forme repressive, le quali, se pur necessarie, ad oggi hanno dimostrato di non avere grande forza deterrente nella decisione di acquistare il falso.

L'altro aspetto critico della contraffazione, ovvero l'abusivismo commerciale, in particolare nella distribuzione al dettaglio, si presenta come l'altro grande corno del problema a sul quale concentrare una intensa azione di prevenzione.

Le produzioni contraffatte vengono commercializzate, come già detto, attraverso canali irregolari, ma anche e sempre più di frequente anche attraverso canali commerciali regolari: in tal caso è



necessario tenere presente che il consumatore, in questi esercizi, è il più delle volte vittima inconsapevole, tratto in inganno dal packaging dei prodotti posti in vendita che è identico a quello dei prodotti originali. In genere si tratta di canali di vendita regolari, ma gestiti dalle reti delle organizzazioni criminali. Tuttavia, il pericolo da non sottovalutare è che esempi di commercio illegale ma remunerativo, in momenti economicamente critici come quello che si sta attraversando, possano produrre fenomeni emulativi nelle imprese sane

È necessario, inoltre, incentivare gli imprenditori all'uso delle nuove tecnologie, promuovendo su larga scala sistemi automatizzati di tracciatura che consentano di seguire il percorso dei singoli prodotti dalla fase di produzione alla commercializzazione finale.

Simili iniziative sono già in essere da parte del sistema Camerale per l'istituzione, a livello volontario, di sistemi di certificazione della tracciabilità delle lavorazioni nel settore moda e nel settore dell'oreficeria e gioielleria, ma sono già allo studio per altri comparti. Tali iniziative dovrebbero avere maggiore divulgazione tra le imprese produttrici, così come tra le imprese del commercio. Verso il fenomeno dilagante della contraffazione è assolutamente necessario intervenire con ogni mezzo ed in ogni modo, anche quindi con interventi pubblici a sostegno di sistemi di tracciabilità.

Occorre, a supporto di leggi o azioni repressive, investire in massicce quanto mirate campagne di informazione oltre che modificare quello che è l'attuale approccio benevolo dei consumatori nei confronti del fenomeno, anche per formare il consumatore a chiedere certezza di ciò che sta acquistando, sostenendo gli imprenditori, soprattutto i piccoli, a introdurre nei processi produttivi ogni forma di strumento idoneo a valorizzare il prodotto e la sua origine e provenienza.

Come già richiamato sopra, inoltre, per le piccole imprese è fondamentale poter contare su una normativa anti-contraffazione, che incorpori anche finalità di massima tutela dell'origine, con strumenti che possano dare chiare e precise indicazioni sulla reale origine delle merci in termini di tracciabilità del prodotto e delle lavorazioni.

E' altresì naturale che, a complemento di questa fondamentale azione di informazione e sensibilizzazione, c'è senza dubbio il **rafforzamento delle iniziative legate ai controlli e alla repressione**, con l'intensificazione, a livello nazionale e internazionale, del controllo alle dogane, ma anche di tutte le attività di controllo svolta sul territorio dalle Forze di Polizia locale e dalle Forze dell'Ordine.



Risposte ai temi di dettaglio oggetto di richiesta specifica da parte della Commissione parlamentare d'inchiesta *(Approvati dall'Ufficio di Presidenza integrato dai rappresentanti dei gruppi nella riunione del 31 luglio 2014)*

1. Rafforzamento del presidio territoriale

In ordine all'interesse della Commissione ad approfondire l'efficacia degli strumenti di presidio del territorio per il contrasto alla contraffazione e all'abusivismo commerciale, Confartigianato ritiene che siano tutt'ora validi gli attuali strumenti, primo fra tutti il CNAC-Consiglio Nazionale Anticontraffazione, anche e soprattutto per la sua attività di promozione dei Consigli Locali Anticontraffazione, in modo tale da costituire presidi territoriali efficaci in gradi di aggregare le competenze e soggetti in modo funzionale alle attività ed alle *policy* individuate dal Consiglio Nazionale.

Riteniamo altrettanto validi, soprattutto nella logica della prevenzione e della sensibilizzazione, i Patti per la Sicurezza, attraverso i quali sono state attivate reti di collaborazione e solidarietà tra diversi soggetti, pubblici e privati per contrastare la criminalità locale ed urbana.

Altrettanto apprezzamento meritano i Protocolli anti-contraffazione che vedono il coinvolgimento diretto e la collaborazione tra Istituzioni e Associazioni di categoria. I protocolli sono essenziali per generare un vero e proprio "fronte istituzionale e sociale unitario" capace di attivare azioni mirate alle specifiche realtà locali, soprattutto in relazione alle filiere di produzione e di commercializzazione caratterizzanti i territori.

Tutti questi strumenti, avendo dato ottimi risultati, dovrebbero essere potenziati sia qualitativamente che funzionalmente.

Quanto alla diffusione delle merci contraffatte attraverso la vendita abusiva, deve essere rilevato che i venditori ambulanti di merci contraffatte sono presenti tanto nei mercati, quanto nelle strade commerciali. Il fenomeno peraltro non sembra essere una peculiarità solo italiana ma è presente anche nelle città del resto d'Europa. Basta infatti leggere la stampa locale estera per vedere che il fenomeno è un problema generalizzato a livello europeo. La criminalità organizzata e le mafie sono infatti attive nel comparto del contraffatto in tutto il mondo organizzando la produzione, ma anche la logistica ed il commercio.

Sotto questo profilo, pertanto, al di là delle attività di presidio territoriale, risulta indispensabile l'elaborazione di strategie internazionali di contrasto al fenomeno, poiché ormai appare evidente che la distribuzione commerciale delle merci contraffatte avviene sulla base di una raffinata strategia di gestione dei flussi e di diffusione reticolare che spesso ha le stesse dinamiche a livello internazionale.

2. Lotta alla Contraffazione via internet

Come rilevato nella prima parte del documento, la grandissima espansione dell'e-commerce ha fornito un eccezionale volano al fenomeno della contraffazione. Il web, infatti, per la sua enorme facilità di accesso, velocità, sicurezza delle transazioni e la garanzia di un sostanziale anonimato dei



fornitori e dei clienti, è a buon diritto un ambiente assai favorevole allo sviluppo di fenomeni contraffattivi e di pirateria.

Sotto questo profilo, anche in funzione dell'analisi già illustrata precedentemente, Confartigianato ritiene utile richiamare l'attenzione su uno strumento adottato in Francia e che potrebbe utilmente essere riprodotto anche in Italia: le "Chartes".

La Francia ha infatti adottato una soluzione che coinvolge e responsabilizza, rispetto al problema della contraffazione on-line, tutte le parti in causa. Sono stati firmati tre accordi di cooperazione volontaria tra i diversi attori economici operativi:

- carta per la lotta contro la contraffazione su Internet tra i titolari di diritti di proprietà industriale e le piattaforme di e-commerce (16 dicembre 2009);
- carta per la lotta contro la contraffazione su Internet tra i titolari di diritti di proprietà industriale e le piattaforme di annunci su Internet (7 febbraio 2012);
- carta per la lotta contro la contraffazione su Internet tra i titolari di diritti di proprietà industriale e i servizi postali (7 febbraio 2012).

Tali accordi di cooperazione permettono di instaurare un rapporto di fiducia tra gli operatori economici e i titolari dei diritti, che si impegnano reciprocamente con obblighi bilanciati ed estesi al regolare scambio di informazioni. Le Chartes prevedono l'attuazione di misure di prevenzione (misure tecniche di rilevamento preventivo da parte delle piattaforme delle offerte "contraffattive") e misure reattive (procedure di notifica da parte dei titolari di diritti di offerte "contraffattive").

L'evoluzione del web e la grandissima diffusione dell'e-commerce quale scelta preferenziale degli utenti per le loro transazioni commerciali ha incrementato moltissimo i servizi offerti dagli Internet Service Providers, rendendo però difficile discernere e suddividere i ruoli e le responsabilità in merito agli eventuali illeciti commessi da terzi per mezzo delle loro piattaforme informatiche. Il rapidissimo e travolgente sviluppo delle tecnologie telematiche non ha infatti permesso una altrettanto rapida evoluzione della normativa per il contrasto della contraffazione on-line, il che è reso ancora più difficile dal fatto che il sistema nel complesso è in continua evoluzione.

La responsabilità di un Internet Service Provider dipende sia dal tipo di illecito che viene realizzato in Internet sia dalla funzione che svolge.

Per via della maggiore difficoltà di individuare gli autori materiali dell'illecito, tutto ricade sugli internet providers in quanto unico soggetto individuabile.

Occorrerebbe, quindi, nel caso in cui vengano commessi degli illeciti da parte degli utenti per mezzo delle piattaforme poste a disposizione dagli intermediari, individuare delle soluzioni equilibrate. In questo senso appaiono efficaci, come già detto, dei protocolli di intesa come le cosiddette "Chartes" francesi, che, se sottoscritte dagli internet providers e dai titolari dei diritti permettono di sviluppare una comune azione di contrasto al fenomeno della contraffazione su internet.

E' poi chiaro che la questione della proprietà intellettuale sul web debba essere ripensata non solo in una ottica repressiva degli illeciti, ma anche tenendo conto delle opportunità che derivano dallo



sviluppo delle industrie più innovative. Bisogna inoltre tenere conto che il sistema è in movimento e continua trasformazione, quindi occorrerà trovare strumenti adeguati a questa “mobilità”.

3. Tutela del Made in Italy: fenomeni di usurpazione all'estero (Italian Sounding nell'agroalimentare, nel tessile-moda, nel design, ecc.)

Confartigianato è da sempre impegnata affinché anche in Europa siano adottate norme a difesa del consumatore comunitario che lo mettano nella condizione di poter avere un grado maggiore di informazione, anche rispetto all'origine delle merci e dei prodotti immessi sul mercato comunitario. Ciò perché spesso merci provenienti da Paesi diversi da quelli UE si sono dimostrate dannose per la salute e pericolose per l'incolumità del fruitore.

Inoltre da sempre Confartigianato sostiene che politiche volte ad aumentare il livello di informazione sull'origine delle merci e di consapevolezza del consumatore domestico e internazionale su ciò che intende acquistare, possano essere di valorizzazione delle produzioni italiane a cui da sempre i mercati riconoscono un maggior valore legato alla qualità produttiva e innovativa, ancorché unita alla nostra tradizione e alla nostra cultura.

Si ritiene quindi che sia irrinunciabile che il Governo italiano, in particolare nell'occasione del semestre di Presidenza, metta in atto azioni che riportino con forza il problema della necessità di una più precisa e stringente normazione comunitaria sull'origine delle merci, anche al fine di ridurre sensibilmente quello che è il fenomeno dell'acquisto di beni contraffatti. A tal scopo azioni di sensibilizzazione del consumatore comunitario potrebbero vedere la luce in accordo con i Paesi che come l'Italia auspicano l'ingresso di norme sull'obbligatorietà dell'indicazione di origine delle merci.

Confartigianato ritiene inoltre che si debbano promuovere norme comunitarie che vadano con maggior forza ad armonizzare quelle che sono le legislazioni dei Paesi membri al fine di avere una politica unitaria tesa a debellare il fenomeno della contraffazione, sia che le merci contraffatte siano prodotte nell'Unione sia che provengano da Paesi terzi.

E' sicuramente indubbio che EXPO 2015 possa costituire una occasione di promozione per tutto il comparto produttivo italiano. Di contro è anche un'opportunità per quanti organizzano e gestiscono il mercato del contraffatto. Per questo è opportuno che si prevedano forme di tutela espressamente dedicate ai prodotti che avranno il marchio dell'EXPO o marchi a questo collegati, anche con la previsione di sanzioni estremamente elevate per i contravventori.

Per quanto riguarda l'adozione di marchi collettivi, Confartigianato ha una posizione in linea di massima favorevole, tenendo in debito conto, tuttavia, l'attuale quadro normativo comunitario. In ragione di questo, dunque, si ritiene che tali marchi non possano essere in alcun modo di proprietà dello Stato.

Lo Stato può comunque, come ha già fatto in passato, prevedere norme a tutela dell'indicazione di origine italiana delle merci, nelle quali sia presente la previsione repressiva della sua contraffazione come con l'articolo 16 della legge 20 novembre 2009, n. 166, che introduce nel nostro ordinamento **la possibilità volontaria per il produttore**, di usare indicazioni atte ad indicare l'origine interamente italiana del prodotto, sanzionando, al contempo, anche penalmente, l'uso illegittimo di falsa o fallace indicazione attraverso l'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con



modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana ai sensi della normativa europea sull'origine, senza che gli stessi siano accompagnati da indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto.

Questa norma potrebbe essere rafforzata nell'efficacia attraverso una sistematica effettuazione dei controlli al consumo, ad integrazione dei controlli alle dogane, volti a contrastare gli illeciti. Inoltre andrebbe adottata una politica di sostegno alle imprese che introduca sistemi di tracciabilità delle lavorazioni interamente svolte nel nostro Paese, a sostegno della filiera produttiva italiana, composta, come è noto, nella gran parte da quelle imprese terziste che hanno sofferto del fenomeno della delocalizzazione.

Quanto alle domande sull'Italian Sounding, dal momento che il fenomeno è meno presente sul mercato nazionale rispetto a quelli internazionali, come USA, Canada e Cina, si ritiene si ritiene auspicabile ostacolare il fenomeno attraverso l'adozione di accordi specifici fra Paesi dell'Unione Europea e il resto del mondo. Nell'ambito di tali accordi, ad avviso di Confartigianato, dovrebbero esserci infatti individuate specifiche previsioni per la repressione della contraffazione in generale e in particolare per la tutela dell'origine dei prodotti. Nell'ambito di questi, una seria attenzione andrebbe dedicata al contrasto alla commercializzazione di merci richiamanti l'origine italiana quando queste siano state prodotte in Paesi diversi dal nostro.

4. Enforcement

L'istituzione a costo zero, undici anni or sono (2003), delle sezioni specializzate in materia di proprietà industriale e intellettuale alle quale furono devolute tutte le controversie aventi ad oggetto brevetti, marchi, diritto d'autore e concorrenza sleale interferente con detti diritti di esclusiva, venne salutata con estremo favore dal sistema produttivo italiano. Due gli elementi positivi insiti nella creazione di tali sezioni: l'abbreviazione della durata del processo civile, che costituisce una forte penalizzazione nel rapporto concorrenziale fra le imprese e agli investimenti nel nostro Paese, e la messa a disposizione di Tribunali specializzati in grado di assicurare, con la concentrazione del contenzioso in alcuni Tribunali, una più uniforme e qualificata gestione e definizione delle cause.

Vennero create quindi 12 sezioni specializzate in materia di proprietà industriale presso i Tribunali di Bari, Bologna, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino, Trieste e Venezia; nei medesimi 12 distretti di Corte d'appello furono istituite le sezioni specializzate per il giudizio di appello, facendo avvicinare il nostro Paese agli altri più industrializzati. Già allora, tuttavia, si auspicava una più razionale dislocazione di tali sedi e la creazione di nuove, laddove inesistenti. Pertanto, nel settembre 2012, il legislatore è intervenuto modificando questa apprezzata offerta di giustizia attribuendo alle esistenti sezioni la competenza a giudicare anche in materia di diritto societario e aumentando il numero delle sezioni: è così sorto il tribunale specializzato in materia di impresa (c.d. "Tribunali delle imprese").

Tale disegno, nel complesso positivo, potrebbe essere maggiormente razionalizzato attraverso l'accorpamento di alcune sedi, laddove il contenzioso in materia di proprietà industriale risulti modesto.

Non è da Confartigianato valutata positivamente, invece, l'estensione delle competenze di tali sezioni. Oltre al contenzioso relativo alle materie di proprietà industriale, con la modifica normativa



del 2012 a tali sezioni è infatti, stato demandato anche il contenzioso c.d. societario, vale a dire tutti i procedimenti relativi alle società di capitali (s.p.a., s.a.p.a., s.r.l., società cooperative), con esclusione quindi delle società di persone (s.n.c., s.a.s., s.s.), salvo che quest'ultime esercitino o siano sottoposte a direzione o coordinamento rispetto a società di capitale. Ai neocostituiti Tribunali delle imprese è stata inoltre attribuita la competenza in materia di antitrust, di class action e di appalti pubblici di rilevanza comunitaria. In vista del processo di riforma della giustizia civile deve essere, ad avviso di Confartigianato, riservata la massima attenzione all'ottimizzazione del *know how* e delle funzioni del Tribunale delle Imprese.

Tutto questo, per lo meno nell'immediato - ove si impone la massima attenzione *hic et nunc* al problema della contraffazione - minando fortemente la specializzazione, rischia di mettere a repentaglio il corretto e genuino funzionamento del Tribunale delle Imprese, andando peraltro nella direzione opposta a quella da diverse parti auspicata e praticata dagli Stati esteri a maggior esperienza settore della proprietà industriale.

Appare invece di sicuro interesse l'istituzione di un parallelo numero di sezioni specializzate anche in sede penale presso il Tribunale delle Imprese con la designazione di magistrati inquirenti e giudicanti con specializzazione in tema di proprietà industriale e intellettuale: come anche fatto rilevare dal CNAC, tale iniziativa non ha ad oggi precedenti nel contesto comunitario e costituirebbe per il nostro Paese un primato di eccellenza.

Nel ritenere adeguati gli investimenti destinati all'aggiornamento e allo scambio di informazioni professionali per le Forze dell'Ordine preposte al fenomeno della contraffazione, si esprime l'auspicio che, dette risorse siano poi effettivamente impiegate per le finalità specifiche per cui sono destinate e non possano invece essere distolte e riallocate per altri usi.

Confartigianato, nel ritenere nel complesso positiva l'azione intrapresa delle Forze dell'Ordine e dall'Agenzia delle Dogane nella lotta al fenomeno della contraffazione, ritiene però, insufficienti gli interventi di sequestro di merci effettuati secondo campione; purtroppo tale pratica si rivela non coerente con un contrasto effettivo alla gravità reale del fenomeno.

5. Formazione alle imprese in tema di tutela della proprietà intellettuale, in chiave nazionale ed internazionale

Le imprese possono beneficiare di varie iniziative istituzionali promosse dal livello centrale e dal livello regionale o provinciale. UIBM-MISE, Regioni e Camere di Commercio sono attive con momenti di formazione e divulgazione su questo tema. Al momento vi sono anche strumenti di incentivazione gestiti da MISE e Invitalia: Brevetti+ e Fondo Nazionale.

In particolare Brevetti+ è finalizzato a sostenere la nuova brevettazione e la valorizzazione dei titoli esistenti anche a cura delle micro e piccole imprese.

Si tratta di strumenti che stanno dimostrando una loro efficacia, soprattutto per l'avvicinamento delle MPMI a queste tematiche.

Su questo terreno, peraltro, Confartigianato sta promuovendo con una certa intensità, all'interno del proprio sistema associativo, la tematica alla proprietà industriale al fine di sostenere la commercializzazione di nuovi prodotti da parte delle micro e piccole imprese. In tal senso è



auspicabile una sempre maggiore attività di *linking* tra il mondo dei micro e piccoli imprenditori e quello degli inventori. Con una maggiore collaborazione i primi possono beneficiare dei titoli della proprietà industriale per promuovere innovazione di prodotto o di processo, gli inventori possono ottenere uno sviluppo commerciale di titoli che altrimenti resterebbero chiusi nel cassetto. Solamente il 10-15% dei titoli registrati ogni anno in Italia viene realmente utilizzato per uno sviluppo commerciale. Per tale ragione sarebbe meglio favorire una registrazione selettiva dei titoli da parte dell'UIBM ed un maggiore impegno del sistema per ottenere un maggior impiego della banca dati brevettuale da parte delle imprese del sistema produttivo.

Del resto le micro e piccole imprese hanno meno mezzi economici rispetto a quelli presenti nelle grandi industrie ma una maggiore flessibilità per presidiare le nicchie di mercato che continuano a dare un valore aggiunto alla produzione italiana: la promozione di nuovi prodotti coperti da brevetti potrebbe garantire un maggiore successo commerciale sul mercato.

Il raccordo tra istituzioni pubbliche e organismi rappresentativi (Associazioni di settore e Camere di Commercio) è ancora poco strutturato, in particolare con le istituzioni come il CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche), le università o gli altri organismi di ricerca che riescono a detenere *know how* pregiato su nuovi materiali o nuove tecnologie. Una maggiore collaborazione potrebbe, utilmente, favorire, in particolar modo, il sistema imprenditoriale delle micro e piccole imprese che non hanno centri di ricerca interni. Una più fattiva collaborazione, potrebbe essere sostenuta con dei nuovi strumenti di incentivazione che puntino a diffondere la conoscenza non a vantaggio di singole imprese ma nell'ambito di raggruppamenti (reti di imprese) o di sistemi produttivi distrettuali o settoriali. In questo modo si favorirebbe quella *open innovation* che è diventata la chiave di volta per garantire nuove e più competitive forme di collaborazione sia sul mercato interno sia su quello globale. Con lo sviluppo di questo tipo di attività anche la tutela potrebbe essere maggiore per le imprese perché non sarebbe legata esclusivamente agli elementi formali esplicitati nella domanda di registrazione ma anche da una maggiore e più completa capacità di progettazione. Le attività promosse dalle Camere di Commercio non sempre favoriscono il raggiungimento di questo obiettivo perché si limitano ad una mera assistenza formale alle imprese oppure ad attività divulgative poco incisive per le aziende.

6. Comunicazione/informazione destinata ai consumatori, per rafforzare la cultura della proprietà intellettuale, soprattutto presso i giovani

Numerose sono le azioni di comunicazione attuate dalle diverse Associazioni di categoria perché, come ritiene Confartigianato, la difesa dai prodotti contraffatti inizia dalla corretta informazione dei consumatori.

Confartigianato ha promosso in merito diverse campagne informative tra cui "Non farti incantare. Acquista made in Italy" attuata con la distribuzione di manifesti e di opuscoli informativi tramite le imprese associate che hanno rapporti diretti con i consumatori, come ad esempio, le tintolavanderie.

L'obiettivo della campagna era quello di rifondare la cultura del *Made in Italy*, inducendo il consumatore a diffidare delle 'imitazioni' a basso prezzo. Un consumatore più informato, responsabile e consapevole è l'arma migliore per contrastare i fenomeni delle contraffazioni, delle importazioni illegali di merci a costi irrisori e a scarso valore aggiunto.



Oltre alla diffusione capillare tramite le imprese direttamente al consumatore, di cui si è riscontrato grande interesse al problema, la campagna ha avuto anche grande riscontro sulla stampa nazionale e locale con più di cinquanta articoli che la riprendevano. Anche per le altre iniziative messe in atto in merito da Confartigianato si è riscontrato identico successo di interesse.

In tal senso è fondamentale sensibilizzare il consumatore, perché il consumatore informato e consapevole ricerca maggiormente la qualità ed è disposto a pagare il giusto prezzo di un prodotto perché ne comprende le caratteristiche.

In tale opera, tra i contenuti per la comunicazioni anti-contraffazione, sia pubbliche sia realizzate dalle Associazioni di categoria, vanno privilegiati tutti i contenuti di contrasto alla contraffazione e di educazione alla legalità e rispetto dei diritti di proprietà intellettuale e del diritto d'autore; danno sociale connesso all'incentivazione che la contraffazione dà al lavoro nero, al rafforzamento della criminalità, ai fenomeni di riciclaggio, ecc; danno economico derivante dalla contraffazione, in termini di sottrazione di risorse economiche ai settori produttivi (c.d. economia sommersa), di evasione fiscale.

7. Lotta alla contraffazione in specifici settori

7.1 SETTORE MECCANICA

Contraffazione, pirateria commerciale, commercio abusivo, sono termini utilizzabili nell'ambito dei prodotti finiti o comunque di manufatti, tuttavia sono riferibili solo parzialmente al settore della meccanica sia essa di produzione che di sub-fornitura.

Nel settore della meccanica succede frequentemente di trovare sul mercato particolari realizzati solo apparentemente come ci si aspetterebbe; spesso vengono utilizzati materiali di scarsa qualità e senza le caratteristiche richieste per quel tipo di manufatto. Un caso esemplificativo riguarda la realizzazione di utensili quasi 'usa e getta'. L'utilizzatore spesso, pur conscio della scarsa qualità di ciò che acquista, ma non delle conseguenze del suo agire, attratto dal bassissimo costo ne fa uso comunque.

Un altro caso esemplificativo lo si riscontra nella realizzazione di rubinetteria, campo nel quale in passato veri e propri atti di contraffazione sono stati messi in atto nei riguardi delle nostre imprese produttrici copiando i modelli, realizzandoli però con materiali al limite della normativa di legge, sia in termini di qualità sia di tutela della salute dell'utilizzatore finale.

Il proliferare di questo tipo di contraffazione è dovuto evidentemente al basso costo dei prodotti importati ma anche allo scarso senso di responsabilità che il loro acquisto comporta da parte del consumatore finale e di chi tali prodotti commercializza.

7.2 SETTORE ELETTRONICA

Contraffazione, pirateria commerciale, commercio abusivo, sono termini utilizzabili nell'ambito dei prodotti finiti o comunque di manufatti, pertanto sono riferibili anche al settore delle installazioni tecnologiche. Nello specifico, degli impianti per le comunicazioni elettroniche.



Nel settore dell'impiantistica succede frequentemente che vengano venduti impianti spacciati come fatti "a regola d'arte", ma che in realtà non corrispondono a quanto previsto dalla normativa e non assicurano le prestazioni dovute perché alcuni o tutti i componenti sono stati sostituiti con altri non originali e con caratteristiche prestazionali inferiori. L'utente finale non ha, e non trova facilmente, informazioni che lo aiutino a capire preventivamente la qualità di ciò che l'impianto presenta.

7.3 SETTORE ALIMENTARE

Il fenomeno della contraffazione nel settore alimentare ha un valore d'affari stimabile in circa 5,5-6 mld € equivalente a circa un quarto dei 23 mld € stimati per l'export nel 2011, riguardando prevalentemente illeciti relativi alla violazione del marchio registrato, delle Denominazioni di Origine (DOP, IGP, ecc.), dei logo, dei design e del copyright dei prodotti.

Con la recente promulgazione del decreto attuativo del reg. (UE) 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, regolamento noto come 'Pacchetto Qualità' viene confermata la tutela ex officio delle denominazioni d'origine, che prevede che a fronte di imitazioni o contraffazioni di un marchio Dop-Igp e dietro la segnalazione dei Consorzi di tutela, interverranno le stesse autorità del paese nel quale la contraffazione è stata riscontrata. Quindi la tutela del marchio Dop-Igp non è, come avveniva in passato, affidata alla semplice iniziativa dei produttori danneggiati. L'attuazione della protezione ex officio rappresenta quindi una risposta concreta per il nostro consistente patrimonio agroalimentare di qualità, che permetterà finalmente di tutelare e far tutelare le indicazioni geografiche italiane non solo all'interno del territorio nazionale, ma anche negli altri Stati membri.

In effetti l'apparato normativo relativo alla protezione dei prodotti agroalimentari risulta in teoria adeguato a proteggere il consumatore dal possibile acquisto di prodotti contraffatti, ma in realtà insufficiente ad arginare a monte il fenomeno della contraffazione, soprattutto riguardo ai prodotti destinati all'export, per cui sarebbero soprattutto necessarie una serie di misure accompagnatorie.

Appaiono quindi opportune alcune azioni:

- a. potenziare le competenze e il numero dei Desk Anticontraffazione del MISE non solo con funzioni di monitoraggio dei mercati, anche per le vendite on line che spesso eludono i controlli, attribuendo loro la possibilità di intervenire direttamente nei confronti delle autorità locali a fianco dell'Azienda/Consorzio che ha subito la contraffazione;
- b. costituire, nei principali Paesi in cui si pratica la contraffazione dei prodotti alimentari italiani, una rete di studi legali di riferimento, competenti a seguire l'azione di contrasto al fenomeno della contraffazione, con tariffe concordate, delle quali una parte (50%?) a carico dell'Amministrazione Pubblica.
- c. definire accordi bilaterali o multilaterali per facilitare l'azione legale delle imprese italiane danneggiate e/o per velocizzare localmente l'applicazione delle sentenze/enforcement.
- d. istituire una "Banca Dati" per l'azione di contrasto alla contraffazione agroalimentare, ovvero, uno specifico database informatico che raccolga i dati sui prodotti agroalimentari contraffatti e sequestrati sul territorio comunitario ed estero, alimentato con il contributo dei Consorzi di Tutela, delle Associazioni di Produttori, degli Organismi di Controllo delle Dogane e delle Forze di Polizia estere;



- e. Individuare azioni sinergiche e coordinate con le Forze di Polizia dei Paesi Comunitari ed extra-UE;
- f. coinvolgere i Comuni italiani, in quanto primo livello di governo e primo interlocutore dei cittadini. Gli Enti Locali, infatti, dimostrano una crescente sensibilità rivolta al recupero delle tradizioni e ai vantaggi per il territorio.

Per quanto riguarda il fenomeno dell'*Italian sounding*, deve essere rilevato che, a causa della scarsa tutela giuridica da parte di alcuni Paesi, vi è un concreto rischio, in molti casi è già una realtà consolidata da anni, che le denominazioni si trasformino in nomi generici e che possano essere usati liberamente nel tempo, diventando il nome di riferimento di una intera categoria di prodotti. Per contrastare questo fenomeno sarebbero auspicabili interventi tesi a realizzare campagne educative di informazione e comunicazione sul vero valore del prodotto "realmente" italiano, da svolgere in maniera continuativa e con vasta copertura dei principali mercati esteri interessati (ad es. degustazioni, confronti, testimonial, riviste e media, radio e TV, ecc). Queste campagne devono implicare il diretto coinvolgimento delle Associazioni di categoria, dei Consorzi e degli esponenti dell'industria alimentare italiana al fine di individuare i Paesi focus e le modalità di realizzazione.

Promuovere il sistema di tracciabilità collegato all'Agenzia delle Dogane, rafforzando il sistema sanzionatorio.

Potenziare il valore legale, a livello internazionale, delle Denominazioni di Origine al pari dei marchi commerciali.

Da ritenersi importante anche definire accordi bilaterali e multilaterali finalizzati all'adozione di politiche globali di tutela dei prodotti, oltre al registro multilaterale WTO e ai TRIPS.

Progettare uno "Sportello Anticontraffazione Italiano" per tutelare i consumatori e il Made in Italy, cogestito dalle Associazioni dell'imprenditoria e del commercio. Lo sportello potrebbe avere la struttura di uno sportello telefonico e telematico (numero verde e sito web, in coordinamento e integrazione con il punto sopra) a cui i cittadini possono rivolgersi per denunciare ipotesi di contraffazione di prodotti alimentari.

