



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in Economia e Commercio

**LA CONTRAFFAZIONE DEI PRODOTTI
ITALIANI TRA XX E XXI SECOLO**

**THE COUNTERFEITING OF ITALIAN
PRODUCTS BETWEEN THE XX AND THE
XXI CENTURIES**

Relatore:

Prof. Roberto Giulianelli

Rapporto Finale di:

Marco Morettini

Anno Accademico 2018/2019

INDICE

INTRODUZIONE	pag. 4
CAPITOLO I. ORIGINI E SVILUPPI DELLA CONTRAFFAZIONE DEI PRODOTTI ITALIANI	pag. 7
Cause ed evoluzione storica	pag. 7
Casi celebri di contraffazione	pag. 13
CAPITOLO II. PANORAMICA ATTUALE	pag. 16
Danni alla nostra economia e non solo	pag. 16
Chi guadagna da questi affari illeciti	pag. 17
CAPITOLO III. COME QUESTA PROBLEMATICHA VIENE AFFRONTATA A LIVELLO LEGISLATIVO	pag. 22
Leggi e misure per contrastare la contraffazione	pag. 22
Esempi di lotta alla contraffazione da altri paesi	pag. 32

CAPITOLO IV. LA CONTRAFFAZIONE IN DIVERSI SETTORI DI ATTIVITÀ	pag. 33
Agroalimentare	pag. 33
Digitale/audiovisivo	pag. 35
Abbigliamento/moda	pag. 38
CONCLUSIONI	pag. 41
BIBLIOGRAFIA	pag. 45

INTRODUZIONE

La contraffazione può spaziare dall'imitazione dei prodotti a quella del modello o del brevetto, dalla appropriazione del marchio fino alla falsificazione totale. Le ripercussioni di tale fenomeno, oltre a distorcere il mercato e bloccare l'innovazione, agiscono sulla fiducia che gli operatori devono avere affinché si sviluppi l'economia. Tale perdita, infatti, porta ad una riduzione degli investimenti da parte delle imprese con un conseguente impatto economico e sociale, come la riduzione dei posti di lavoro e l'impoverimento delle finanze pubbliche, a causa anche dei costi che questi ultimi devono sostenere per adottare le misure di contrasto.

L'Italia detiene il primato in Europa dei paesi con il più alto tasso di prodotti contraffatti, al mondo è seconda soltanto agli Stati Uniti¹. A causa delle mafie, in particolar modo, come vedremo, della Camorra e della 'Ndrangheta, il fenomeno non accenna a diminuire, assistendo, negli ultimi anni, ad un suo costante aumento. Spesso i prodotti contraffatti non hanno le caratteristiche del prodotto originale e sono di qualità inferiore, andando così a ledere sia la salute dei consumatori che l'immagine del prodotto al quale si ispirano.

¹ R. GALULLO, *Dopo gli USA è l'Italia il mercato top delle contraffazioni*, in "Il Sole 24 Ore", 2 agosto 2017, visto in https://www.ilsole24ore.com/art/dopo-usa-e-l-italia-mercato-top-contraffazioni-AExXMI7B?refresh_ce=1, consultato il 13 settembre 2019.

I numeri sono impressionanti, si stima infatti che il 2,5% degli scambi mondiali sia costituito da beni contraffatti, per un valore corrispondente a 338 miliardi di euro, una cifra pari al PIL dell'Austria o alla somma dei PIL di Irlanda e Repubblica Ceca; si consideri che le importazioni di merci contraffatte in Europa riguardano il 5% del totale, per un importo molto superiore al traffico di stupefacenti². Il trend è in forte crescita, in quanto nel 2008 il volume globale si attestava a 200 miliardi di dollari, pari all'1,9% del totale del traffico commerciale³.

Un consumatore su quattro ha acquistato un prodotto illegale almeno una volta⁴. Attraverso un'indagine sui consumatori è stato dimostrato che la motivazione principale per l'acquisto di prodotti non originali è di natura economica; la metà ritiene, infatti, questo tipo d'acquisto normale e proficuo per ottenere l'oggetto desiderato, nonostante l'80% circa sia consapevole del fatto che la contraffazione alteri il normale svolgimento del mercato e penalizzi le imprese regolari.

² OCSE, Ufficio per la proprietà intellettuale dell'UE, *Trade in counterfeit and pirated goods*, 19 aprile 2016, visto in http://www.uibm.gov.it/attachments/press_release_it.pdf, consultato il 13 settembre 2019.

³R. GALULLO, *Dopo gli USA...* cit.

⁴ Format Ricerche, *L'illegalità danneggia le imprese*, Confcommercio, 8 novembre 2013, visto in https://www.formatresearch.com/ita/pubblicazioni/dett_news.asp?sender=news&id=326, consultato il 13 settembre 2019.

Un'altra causa dell'enorme presenza di prodotti contraffatti, soprattutto nel settore dei *luxury goods*, è la notorietà raggiunta da alcune case di moda italiane nel panorama mondiale, che, al pari del mercato che si è sviluppato intorno ai rispettivi prodotti, attrae l'interesse dei contraffattori, i quali intravedono la possibilità di realizzare elevati profitti.

I principali paesi di entrata di beni contraffatti prodotti all'esterno del territorio comunitario risultano essere Germania, Belgio, Regno Unito, Spagna, Italia. Per quanto riguarda il territorio nazionale, le regioni più attive nella contraffazione sono state individuate attraverso l'indicatore dei consumi pro capite, il quale considera il volume della domanda locale nel mercato di riferimento posto che il numero dei sequestri sia ad esso correlato. L'indicatore individua la Campania, la Lombardia, il Lazio e la Toscana, a parità con la Puglia, come le regioni rappresentative dei principali mercati del falso in Italia⁵.

⁵ Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione generale lotta alla contraffazione, *Rapporto Iperico 2014*, visto in http://www.uibm.gov.it/iperico/home/Rapporto_Iperico_2014.pdf, consultato il 13 settembre 2019.

CAPITOLO I. ORIGINI E SVILUPPI DELLA CONTRAFFAZIONE DEI PRODOTTI ITALIANI

I.1. CAUSE ED EVOLUZIONE STORICA

Il verbo “contraffare” deriva dal latino medievale “*contrafacere*” ed indica la riproduzione di una cosa, l’imitazione al fine di spacciarla per originale. L’aumento dei beni falsificati oggi rappresenta un fenomeno di grandi dimensioni e dai confini non ben delineati che affonda le proprie origini nell’antichità. La storia ci ha consegnato esempi di contraffazione ancor prima che tale fenomeno potesse divenire oggetto di studio, mostrando, forse, come esso sia una caratteristica insita nella stessa natura umana, la quale è capace di trasformarlo in una vera e propria “attività imprenditoriale”⁶.

Di pari passo allo sviluppo del commercio, già nel Medioevo iniziamo ad avere primitivi casi di contraffazione, soprattutto riguardanti il denaro ma anche il settore alimentare. In Francia, tra il XIII ed il XV secolo, si moltiplicano editti ed ordinanze contro i “malvagi frodatori” che smerciano carni adulterate e birra

⁶ S. IZZI, A. COLOSIMO, *Lotta alla contraffazione: analisi del fenomeno, sistemi e strumenti di contrasto*, Franco Angeli, 2008.

ottenuta con misture di bacche selvatiche. Mentre in Germania, prima l'imperatore Federico III e poi l'imperatore Massimiliano emettono duri provvedimenti contro i primi falsificatori di vino. In Italia, invece, l'alimento più contraffatto è il pane. Tra il XIV e il XVII secolo, numerosi fornai vengono perseguiti perché realizzano questo alimento con farine provenienti da granaglie ammuffite e contenenti micotossine della segale cornuta, la cui presenza determina disturbi nervosi spesso di tipo collettivo. Inoltre, attorno al Cinquecento vengono denunciati in varie parti d'Italia diversi macellai che propinano ai propri clienti delle carni di bestie morte di malattie⁷.

Le falsificazioni alimentari aumentano con lo sviluppo delle conoscenze tecnologiche. Tra il XVII ed il XVIII secolo, accanto alla scoperta di nuove pratiche fraudolente riguardanti il vino, chiarificato con la colla di pesce e dotato sia di colore più vivo che di minore asprezza mediante l'aggiunta di litargirio⁸, fanno scalpore alcune manipolazioni particolarmente rischiose dell'olio. Questo prodotto era realizzato mescolando l'olio di papavero alla spremitura delle olive. Anche i dolci erano vittime di pericolose sofisticazioni: nelle pasticcerie venivano spesso usati i colori utilizzati dai pittori. Parliamo di sostanze nocive come la

⁷ G. BALLARINI, P. PETRONI, *Il Falso in Tavola. Una mistificazione da conoscere e contrastare*, Accademia Italiana della Cucina, 2008.

⁸ Minerale utilizzato generalmente per la pittura come siccativo.

gommagutta, l'azzurro di rame, il cobalto, la cenere e la calce di piombo. Nel XIX secolo con l'intensificarsi degli scambi commerciali e a fronte di una domanda alimentare crescente, i venditori ricorrono sempre più a frodi commerciali. In particolare, un vero e proprio shock colpisce il Regno Unito attorno al 1820. Si scopre che le sfumature iridate dei dolci londinesi erano prodotte da sale di rame e di piombo. Nella seconda metà del XX secolo, i falsi alimentari hanno assunto nuove dimensioni soprattutto in due direzioni: la prima è che le sofisticazioni si sono estese lungo tutta la filiera produttiva, dal campo alla tavola, e la seconda è quella dell'imitazione di prodotti di alta qualità, sostituiti con alimenti generici e di qualità inferiore (agropirateria)⁹.

Nel settore artistico, per l'esattezza riguardo ai dipinti, troviamo la massima diffusione della contraffazione tra il Settecento e l'Ottocento.

In Italia l'industria della contraffazione dei prodotti industriali si è evoluta parallelamente all'industrializzazione del Paese. Dall'inizio del XX secolo, nella cosiddetta età giolittiana, poi nel fascismo ed in seguito nel periodo del "miracolo economico" degli anni '50 e '60, l'industria del falso si è sviluppata parallelamente a quella legale, specialmente nel Mezzogiorno, dove cioè meno si risentiva dei benefici del decollo industriale. Qui le industrie illegali offrivano spesso l'unica opportunità lavorativa. Queste produzioni hanno poi coinvolto tutti

⁹ G. BALLARINI, P. PETRONI, *Il Falso in Tavola...* cit.

i settori produttivi, dall'antiquariato ai beni di lusso, dall'abbigliamento al calzaturiero, assumendo le caratteristiche di una vera e propria filiera di produzione di merci ed oggetti contraffatti, parallela, appunto, a quella delle imprese che producono e commercializzano regolarmente i propri beni. Bisogna anche dire che, in quella fase, l'Italia ha largamente svolto il ruolo che oggi possiamo attribuire ai paesi asiatici, distribuendo in altri paesi prodotti falsi realizzati dalle proprie imprese, con la sola accezione che la falsificazione era esclusivamente inerente ai prodotti del proprio paese¹⁰. Oggi, invece, grazie ai cambiamenti di stile di vita derivanti dall'industrializzazione del secolo scorso e quindi dalla conseguente importanza assunta dai marchi a livello di status sociale, la contraffazione ha raggiunto i suoi apici. La globalizzazione, con i suoi elementi distintivi, ovvero l'elevata quantità degli scambi commerciali e la pluralità dei soggetti coinvolti in uno spazio che può essere illimitato come quello del *web*, è stata ed è tuttora una delle principali cause del fenomeno della contraffazione. A livello operativo, ciò che ha facilitato il mercato del falso è stata sicuramente la delocalizzazione di alcune o intere fasi della filiera produttiva che ha portato ad una condivisione spesso oltre i confini nazionali del *know how* originario; questo è

¹⁰ M. CETRA, *Progresso scientifico e ripresa economica in Italia: un rapporto virtuoso*, Gruppo OCDEC, 31 maggio 2016, visto in <http://www.gruppoarealavoro.it/lavoro-e-previdenza/maggio-2016/progresso-scientifico-e-ripresa-economica-in-italia-un-rapporto-virtuoso/>, consultato il 14 settembre 2019.

ciò che ha permesso anche ad alcuni paesi, come la Cina, di diventare importanti innovatori, seppur confermandosi ancora come paesi di provenienza della maggior parte dei prodotti contraffatti¹¹. Altro fattore subentrato negli ultimi anni e di non poca rilevanza, è quello della crisi economica che ha indotto un numero sempre maggiore di individui ad acquistare, anche consapevolmente, merce contraffatta. Com'è noto, i prodotti falsificati, realizzati in laboratori clandestini e con materie prime di bassa qualità, offrono un prezzo finale di gran lunga più basso, inducendo il consumatore all'acquisto e di conseguenza allo sviluppo di questo mercato parallelo e illegale le cui conseguenze negative si ripercuotono sull'economia, avviando un circolo vizioso.

La contraffazione su larga scala ha investito anche il mondo delle aste *on-line*, ed ha coinvolto un numero sempre maggiore di settori merceologici: abbigliamento, prodotti cosmetici, prodotti informatici, ricambi per auto, giocattoli, beni di lusso, prodotti farmaceutici e lo stesso settore alimentare. Il mercato del falso negli ultimi anni ha quindi registrato una crescita di dimensioni esponenziali, costituendo un vero e proprio settore con tecniche di riproduzione che rendono sempre più difficile distinguere il falso dall'originale. Parallelamente al proliferare

¹¹ P. GRECO, *La Cina, nuova potenza mondiale in ricerca e innovazione*, Scienza in Rete, 1 settembre 2016, visto in <https://www.scienzainrete.it/articolo/cina-nuova-potenza-mondiale-ricerca-e-innovazione/pietro-greco/2016-09-01>, consultato il 14 settembre 2019.

della contraffazione e con il mutare dello scenario socio-economico si è sviluppata anche la pirateria digitale, cioè materiali coperti dal diritto d'autore venduti abusivamente. Sono casi comuni di pirateria, ad esempio, i files musicali ed i film scambiati *peer to peer* o *CD* che vengono venduti da ambulanti abusivi. Non c'è abuso di paternità ma si viola il diritto di riproduzione, distribuzione e comunicazione al pubblico.

Pertanto, il fenomeno oggetto della presente trattazione ha mutato i propri connotati, la propria fisionomia iniziale, per adattarsi ad un nuovo contesto economico, culturale e sociale. L'imitazione di un prodotto, l'uso commerciale di un *brand*, di un marchio o nome e la replica non autorizzata sono gli strumenti che vengono utilizzati per ottenere un vantaggio di mercato ed economico, fondendosi con la tecnologia e con le possibilità che essa offre; si pensi alla nascita del computer quale mezzo di diffusione e creazione di opere contraffatte e al suo contenitore, il web, il quale ha moltiplicato le possibilità di eludere i controlli e gli strumenti di contrasto predisposti dal legislatore. In uno scenario ormai digitalizzato e contraddistinto dalla sempre maggiore importanza che le marche hanno assunto, l'industria della contraffazione pone in serio pericolo il mercato comune e le stesse economie nazionali. La contraffazione ha quindi una lunga storia e sta crescendo negli ultimi anni, si stima infatti che il fatturato della contraffazione in Italia nel 2015 ammonti a 6,9 miliardi di euro, con un

incremento del 4,4% rispetto ai 6,5 miliardi di euro stimati per il 2012¹². Secondo gli studi, oltre il 50% dei prodotti presenti sul mercato sono oggetto di contraffazione, coprendo un volume che va dal 5% al 7% del totale degli scambi commerciali del pianeta.

I.2. CASI CELEBRI DI CONTRAFFAZIONE

Non sono solamente i prodotti commerciali ad essere oggetto di contraffazione. Software, denaro, opere d'arte e dell'intelletto sono stati oggetto delle più grandi operazioni illegali di contraffazione della storia. Il primo falso di cui si parli storicamente, probabilmente il più famoso, è rappresentato dalla Donazione di Costantino, documento di incerta collocazione temporale risalente presumibilmente all'VIII secolo. Con tale documento, inventato in Francia nel monastero di Saint Denis, l'imperatore Costantino avrebbe donato a Papa Silvestro I la giurisdizione civile non solo sulla città di Roma e sull'Italia ma

¹² CENSIS, *La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti*, Ministero dello Sviluppo Economico – UBIM (Ufficio generale per la lotta alla contraffazione), 2016, visto in <http://www.ubim.gov.it/attachments/REPORT%20CENSIS%20FINALE.PDF>, consultato il 14 settembre 2019.

anche sull'intero Occidente. La falsità di tale documento è stata poi dimostrata in uno studio approfondito condotto dall'umanista Lorenzo Valla nel 1440¹³.

Parlando di arte, la storia ci consegna un fatto curioso legato al Michelangelo, il quale, appena ventenne, realizzò la statua di un Cupido dormiente che venne sotterrata per darle un aspetto antico ed essere rivenduta a Roma, al cardinale Raffaele Riario, suo committente, che la acquistò per una notevole somma di denaro credendola un originale reperto archeologico greco-romano. Non ci sono prove se ad insaputa dell'artista o con la sua collaborazione, questo caso, infatti, crea ancora controversie tra gli storici. Sempre di Michelangelo, durante l'apprendistato da Domenico Ghirlandaio, si racconta che il maestro gli diede il compito di esercitarsi in pittura eseguendo una copia di un suo dipinto. Questi lo fece così bene che decise di sostituirlo all'originale fatto dal Ghirlandaio e riuscì ad ingannarlo¹⁴.

Francesco Martinetti, è stato un intagliatore di gemme, un restauratore e soprattutto uno dei più importanti protagonisti del mercato antiquario romano della seconda metà dell'Ottocento. Si presume coinvolto in clamorosi casi internazionali di contraffazione di reperti archeologici. Antonio Giuseppe

¹³ L. VALLA, *De falso credita et ementita Constantini donatione*, 1440.

¹⁴G. ROMANO, *Michelangelo Buonarroti falsario*, Pittura Omnia, 11 dicembre 2010, visto in https://www.pitturaomnia.com/pitturaomnia_00005f.htm, consultato il 14 settembre 2019.

Chichiarelli, morto nel 1984, i cui soggetti preferiti erano i De Chirico, era il titolare della galleria d'arte di Viale Marconi a Roma. Fino a che non fu scoperto sembrava un intellettuale d'arte, ma in realtà era un ottimo falsario, appartenente alla banda della Magliana¹⁵.

In ambito alimentare si ricordano le produzioni, tutt'ora presenti, di Parmesan e Reggianito, le versioni tarocche del nostro Parmigiano Reggiano¹⁶.

¹⁵ *I 5 falsari d'arte più famosi di tutti i tempi*, 5 novembre 2014, Libreriamo, visto in <https://libreriamo.it/curiosiamo/i-5-falsari-darte-piu-famosi-di-tutti-i-tempi/>, consultato il 14 settembre 2019.

¹⁶ G. BALLARINI, P. PETRONI, *Il Falso in Tavola...* cit.

CAPITOLO II. PANORAMICA ATTUALE

II.1. DANNI ALLA NOSTRA ECONOMIA E NON SOLO

Un'eventuale immissione nel mercato di un equivalente di merci legali al valore di quelle contraffatte sarebbe suscettibile di determinare un incremento della produzione interna pari a 18,6 miliardi di euro, lo 0,6% del totale. La perdita di gettito fiscale conseguente a tale giro d'affari illecito è stimata in 5,7 miliardi di euro, di cui 1,7 per la produzione diretta e 4 per la perdita di gettito sulla produzione indotta in altri settori connessi, con un valore aggiunto sommerso di 6,7 miliardi di euro¹⁷. Si stima inoltre una perdita di oltre 130 mila posti di lavoro a causa del mercato del falso¹⁸.

La tendenza in atto è quella dell'ampliamento della gamma di beni oggetto di contraffazione, con sempre maggiori pericoli per la salute dei consumatori a causa dei materiali utilizzati: per portare qualche esempio, citiamo i *pellet* per uso

¹⁷ CENSIS, *La contraffazione...* cit.

¹⁸ L. CARLETTI, *Merci cinesi, affari italiani, ecco chi si arricchisce con il falso*, in “La Repubblica”, 27 febbraio 2017, visto in https://roma.repubblica.it/cronaca/2011/01/31/news/merci_cinesi_affari_italiani_ecco_chi_si_arricchisce_con_il_falso-11882216/?refresh_ce, consultato il 14 settembre 2019.

domestico di provenienza est-europea, i cuscini a sfera importati dalla Cina via internet, i capi di maglieria realizzati con pelo di coniglio in luogo del cachemire, i cosmetici ed i profumi contenenti alte percentuali di toluene e benzene, i termo caloriferi assemblati con fibre di amianto, i rubinetti che rilasciano piombo, i giocattoli contraffatti contenenti ftalati¹⁹, i gioielli contraffatti con un'alta concentrazione di nichel, le scarpe, la pelletteria con anomale percentuali di cromo esavalente, le sigarette contraffatte con valori di catrame, piombo ed arsenico centinaia di volte superiori alla norma delle *cheap white* e le sigarette originali prodotte in Russia, Bielorussia, Emirati Arabi Uniti, Cina e Ucraina, ma non commercializzabili nell'UE in quanto non conformi ai parametri di produzione e commercializzazione previsti dalla normativa comunitaria.

II.2. CHI GUADAGNA DA QUESTI AFFARI ILLECITI

La parola “mafia” è sufficiente per riassumere l’insieme dei soggetti che traggono benefici dalla contraffazione di prodotti italiani, in Italia e nel mondo. Nel 2017 l’apposita Commissione parlamentare d’inchiesta ha approvato la relazione conclusiva, dove il ruolo delle mafie, in particolare di Camorra e ‘Ndrangheta, è emerso in tutta la sua potenza anche a livello internazionale, essendo quello della

¹⁹ Composti chimici usati nell'industria delle materie plastiche come agenti plastificanti, ovvero come sostanze aggiunte al polimero per migliorarne la flessibilità e la modellabilità.

contraffazione un settore per esse molto redditizio. Non dimentichiamo poi la sostanziale differenza, a livello penale, tra l'illecito contraffattivo ed i tipici reati cui sono dedite le organizzazioni criminali. Un euro investito in stupefacenti può generarne 2.700 di profitto, a fronte dei 40.000 generati da un investimento in alimenti contraffatti o beni di largo consumo²⁰. La Camorra è ritenuta dalla Guardia di Finanza e dai Carabinieri l'organizzazione più dinamica e attiva nel controllo e nella direzione di questo genere di attività illecite²¹. I proventi di tale attività sono reinvestiti in settori ad alta redditività, quali la ristorazione, il turismo e le scommesse clandestine. Le aree di maggior commercio di questi prodotti sono le zone di Napoli, Firenze e Milano²². In alcune aree del Paese i clan hanno imposto la vendita di merce contraffatta ad esercizi commerciali regolari, in sostituzione del pagamento del "pizzo", ovvero sono state organizzate attività che vedono le organizzazioni criminali nel ruolo di grossisti in grado di offrire

²⁰ EUROPOL, Ufficio per l'Armonizzazione nel Mercato Interno, *Relazione 2015 sullo stato della contraffazione nell'UE*, 2015, visto in file:///C:/Users/Marco%20Morettini/Downloads/it_executive-summary_0.pdf, consultato il 15 settembre 2019.

²¹ Audizione del Comandante generale della Guardia di Finanza G. TOSCHI, *Commissione d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria*, 28 settembre 2016, visto in <http://www.gdf.gov.it/stampa/ultime-notizie/anno-2016/settembre/commissione-dinchiesta-sui-fenomeni-della-contraffazione-e-della-pirateria>, consultato il 15 settembre 2019.

²² R. GALULLO, *Dopo gli USA...* cit.

prodotti contraffatti insieme agli originali²³. Mentre la Camorra si occupa più della produzione in loco di prodotti falsi, la ‘Ndrangheta calabrese si propone quale intermediario di servizi tra l’ambito della produzione e quello della vendita, ovvero come facilitatore per l’ingresso in Italia della merce contraffatta proveniente dall’estero (il porto di Gioia Tauro è stato negli anni uno dei più utilizzati). La mafia siciliana (Cosa Nostra), invece, escluso il settore agroalimentare, sembra estranea ai principali flussi di contraffazione. Le cause sono da ricercarsi soprattutto nella mancanza di una tradizione criminale nel campo del falso, ma anche nella “scarsa propensione” a gestire relazioni con organizzazioni criminali asiatiche²⁴.

In Italia, il 64% delle merci contraffatte proviene dalla Cina e se si aggiungono i sequestri di container che arrivano da Hong Kong (un altro 5%) e dai porti della Grecia (sempre cinesi, come quello del Pireo²⁵, per un altro 5%) si tocca la considerevole quota del 74%. Come dire che il falso circolante in Italia esce per tre quarti da aziende della seconda potenza economica mondiale.

²³ M. SARTI, *Ecco perché ogni volta che compriamo prodotti contraffatti finanziamo la camorra*, in “Linkiesta”, 8 dicembre 2017, visto in <https://www.linkiesta.it/it/article/2017/12/08/ecco-perche-ogni-volta-che-compriamo-prodotti-contraffatti-finanziamo-/36440/>, consultato il 15 settembre 2019.

²⁴*Ibidem*.

²⁵*Ibidem*.

La galassia cinese della contraffazione è un reticolo di piccoli boss impegnati a restare invisibili e di giovani aspiranti boss dai metodi assai meno discreti. Sono concentrati nelle aree italiane di maggiore immigrazione, ma anche nei crocevia del traffico internazionale (valichi e porti) attraverso i quali si smistano i container carichi di ogni tipo di merce. Smuovono un'enormità di denaro illegale che riciclano in immobili o reinvestono in patria. Pagano la loro quota alla mafia cinese. Sfruttano e danneggiano le migliaia di cinesi onesti. E, da ultimo, danno lavoro a un piccolo esercito di professionisti italiani che sono gli indispensabili mercenari dell'illegalità²⁶.

I *pass-partout* italiani sono utili per superare le barriere della lingua, dei controlli e della burocrazia; sono però pochi, quelli strettamente necessari e di cui ci si può fidare. Nel frattempo, però, i figli di questi magnati della contraffazione studiano nelle più qualificate università del nostro paese e, perciò, molto presto non ci sarà più bisogno dei consulenti italiani, rendendo ancor più difficile rintracciare i loro traffici illeciti. Il 62% delle merci cinesi in Europa passa dai porti di Rotterdam e Amburgo; una volta sdoganati, i container viaggiano su gomma e su rotaia senza più alcuna barriera. Così, mentre doganieri e finanzieri setacciano i nostri ingressi marittimi, il tutto può arrivare via terra.

²⁶ L. CARLETTI, *Merci cinesi, affari italiani...* cit.

Diverse economie asiatiche, tra cui India, Thailandia, Malaysia, Pakistan e Vietnam, sono all'origine di importanti produzioni in molti settori, benché il loro ruolo sia molto meno significativo di quello della Cina. La Turchia si segnala come un produttore importante in determinati settori, quali pelletteria, alimenti e cosmetici. Albania, Egitto, Marocco e Ucraina sono i quattro punti di transito maggiormente usati per introdurre i falsi nell'UE²⁷. A differenza però di quanto avviene per gli articoli di moda o tecnologia, a taroccare il cibo italiano non sono i Paesi in via di sviluppo, ma soprattutto quelli più ricchi come gli Stati Uniti e l'Australia²⁸.

²⁷ EUIPO (Ufficio dell'UE per la proprietà intellettuale), *Mappatura delle rotte effettive del commercio di prodotti falsi*, 2013, visto in <https://euipo.europa.eu/ohimportal/it/web/observatory/mapping-the-real-routes-of-trade-in-fake-goods>, consultato il 15 settembre 2019.

²⁸ *Il falso Made in Italy e i 100 miliardi persi in prodotti contraffatti*, in "Secolo Trentino", 7 maggio 2018, visto in <https://secolo-trentino.com/uncategorized/il-falso-made-in-italy-e-i-100-miliardi-persi-in-prodotti-contraffatti/>, consultato il 15 settembre 2019.

CAPITOLO III. COME QUESTA PROBLEMATICHA VIENE AFFRONTATA A LIVELLO LEGISLATIVO

III.1. LEGGI E MISURE PER CONTRASTARE LA CONTRAFFAZIONE

Come abbiamo potuto notare, la portata raggiunta dalla contraffazione si espande oltre i confini nazionali. Analizzeremo, quindi, le norme e gli strumenti di tutela previsti a contrasto di tale fenomeno.

III.1.1. A livello nazionale

Con riferimento particolare ai marchi, l'articolo 7 del Decreto Legislativo del 10 febbraio 2005 n. 30, chiamato anche Codice della Proprietà Industriale (CPI), prevede che può costituire oggetto di registrazione qualsiasi segno suscettibile di essere rappresentato graficamente, in particolar modo le parole (compresi i nomi di persone), i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della sua confezione, le combinazioni o le tonalità cromatiche, purché sia atto a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre. La contraffazione non si manifesta esclusivamente con la messa in commercio dei prodotti ma già nelle fasi iniziali del processo produttivo; sono stati presi in considerazione, perciò, due

intervalli di tempo: il primo inerente ai motivi che spingono ad adottare tale comportamento, soffermandosi ad analizzare le relative norme, ed il secondo, riconducibile alla *post sale confusion phase*, dove si sono analizzate le conseguenze che causa tra i consumatori la libera circolazione di tali prodotti, ovvero la confusione e la conseguente alterazione della concorrenza nel mercato. Il CPI evidenzia, inoltre, i diritti conferiti dalla registrazione del marchio e le relative limitazioni, prevedendo che, una volta accertata la violazione, possa essere impedita la fabbricazione, il commercio e l'uso di quantola costituisce. Inoltre, nel caso di violazione dei diritti di marchio, può essere ordinata la distruzione delle confezioni.

Un'ulteriore tutela la offre il Codice Civile, il quale disciplina anche gli effetti che la contraffazione ha sul mercato, seguendo l'obiettivo di proteggere la libera iniziativa economica in un contesto di concorrenza leale. Negli articoli 2598 e seguenti, prevede che compie atti di concorrenza sleale chiunque usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con quelli legittimamente utilizzati da altri, imita servilmente i prodotti di un concorrente, si appropria di pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente, compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti e con l'attività di un concorrente, diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sulle attività di un concorrente, determinandone il discredito, o chiunque si avvale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo

non conforme ai principi della professionale correttezza e idoneo a danneggiare l'altrui azienda. Specificamente, per ciò che riguarda la forma del prodotto, si parla di contraffazione e di concorrenza sleale per confondibilità quando viene imitata la forma esteriore dotata di efficacia individualizzante, cioè idonea, proprio in virtù della capacità distintiva, a far sì che il consumatore medio ricollegli il prodotto ad una determinata casa produttrice.

L'art. 473 del Codice Penale punisce chiunque, potendo conoscere l'esistenza del titolo di proprietà industriale, contraffà o altera marchi o segni distintivi, nazionali o esteri, di prodotti industriali, ovvero chiunque, senza essere concorso nella contraffazione o alterazione, fa uso di tali marchi o segni contraffatti o alterati, con la reclusione da sei mesi a tre anni e con una multa da 2.500 a 25.000 euro. L'art. 474 CP prevede che, fuori dai casi di concorso nei reati previsti dal precedente, chiunque introduce nel territorio dello Stato, al fine di trarne profitto, prodotti industriali con marchi o altri segni distintivi, nazionali o esteri, contraffatti o alterati, è punito con la reclusione da uno a quattro anni e con la multa da 3.500 a 35.000 euro. Con riguardo alla condotta integrante le fattispecie degli articoli 473 e 474 CP, il legislatore ha individuato tre differenti tipologie, cioè la contraffazione (realizzazione di prodotti effettuata da chiunque non ne sia legalmente autorizzato, la quale risulti idonea ad ingannare i consumatori finali), l'alterazione (parziale modificazione di un marchio genuino, ottenuta mediante

l'aggiunta o l'eliminazione di elementi costitutivi marginali) e l'uso (qualsiasi caso di impiego industriale o commerciale di marchi o di altri segni distintivi falsificati da altri quando il concorso nella falsificazione non sussiste e non viene integrata l'ipotesi di cui all'art. 474 CP, ad esempio l'uso in pubblicità o sulla carta commerciale). La legislazione italiana adotta anche tutte le misure necessarie a privare i contraffattori di ogni provento ottenuto od ottenibile.

Ulteriore problema postosi nel corso degli ultimi anni e che è stato oggetto di numerose revisioni, senza comunque arrivare ad una decisione unanime, è quello delle etichettature relative al "Made in Italy". Va considerata la cosiddetta legge "Reguzzoni-Versace" dell'8 aprile 2010 n. 55, avente lo scopo di collegare la qualifica di prodotto "Made in Italy" alla localizzazione delle attività di produzione e alla verifica di tracciabilità delle stesse. Tale normativa si applica ai prodotti del tessile, del calzaturiero e della pelletteria, le cui fasi di lavorazione abbiano avuto luogo prevalentemente nel territorio nazionale ed in particolare se almeno due delle fasi di lavorazione previste per ciascun settore siano state eseguite nel territorio medesimo e per le rimanenti fasi sia verificabile la tracciabilità.

Ora ci soffermiamo sui soggetti istituzionali e privati che, a diverso titolo, partecipano nella lotta alla contraffazione. Mentre ai primi, quindi alla Guardia di Finanza, alle Autorità Doganali, al Consiglio Nazionale Anticontraffazione e alla

Direzione generale per la lotta alla contraffazione, spetta il compito di applicare le norme precedentemente analizzate, ai secondi, invece, costituitisi su base volontaria, sono affidate le funzioni di supporto alle aziende, promozione, organizzazione e attuazione di qualsiasi iniziativa volta ad evitare la manifestazione del fenomeno contraffattivo. Entrando nello specifico di ognuna di queste, delineiamo quelle che sono le priorità e le strategie messe in campo per cercare di contrastare il falso. La Guardia di Finanza è uno speciale corpo di Polizia, dipendente direttamente dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, ed i contesti in cui opera sono sia di frontiera, negli spazi dei porti e degli aeroporti, in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane, sia nel territorio nazionale mediante i poteri di accesso, ispezione e verifica. L'Autorità Doganale, inoltre, per determinare se esistono o meno violazioni di diritti di proprietà industriale fa riferimento a fonti interne ed esterne, anche al solo fine di valutare se il marchio non possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali; da qui il bisogno di adeguati programmi di formazione dei doganieri.

Altrettanto importante è il ruolo ricoperto dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, in collaborazione con la Direzione Generale per la lotta alla contraffazione, riguardante il progetto per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico. Quest'organo opera sia in ambito nazionale che internazionale con l'obiettivo di rafforzare la lotta alla contraffazione tramite la

definizione di strategie e politiche, di attività di informazione dei cittadini e di supporto alle imprese, di implementazione e gestione di banche dati ed il coordinamento con le autorità competenti; occupandosi anche di diffondere la conoscenza e l'utilizzo dei diritti di Proprietà Industriale mediante politiche volte alla promozione della conoscenza e dell'attuazione di tali diritti, affiancate da azioni, a livello nazionale, europeo ed internazionale, volte alla repressione di eventuali violazioni. Nel 2009, il Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC) si è insediato nell'ambito del MISE. È un organismo interministeriale con funzioni d'indirizzo, coordinamento ed impulso di tutte le amministrazioni che si occupano della lotta alla contraffazione.

Riguardo, invece, ai soggetti privati che combattono la contraffazione, ricordiamo in particolar modo Altagamma. Nata nel '92, ha come obiettivo il rafforzamento della presenza a livello internazionale delle aziende dell'eccellenza italiana, i cui marchi sono famosi a livello mondiale, e di supportarne lo sviluppo nei mercati come Cina, Stati Uniti, Brasile, Argentina e Messico. Negli ultimi anni l'attenzione si è concentrata sul fenomeno della contraffazione sviluppando il monitoraggio sull'importazione ed il commercio di beni contraffatti dal mercato asiatico. Una delle principali azioni volte a tutelare dalla contraffazione ed a rimuovere gli ostacoli di accesso ai mercati è stata quella di stringere delle alleanze con associazioni inglesi e francesi per sviluppare dei programmi comuni

nei confronti delle istituzioni europee. Altagamma è entrata in seguito a far parte di Confindustria nel 2005. Successivamente, è stato istituito il suo Osservatorio sui Mercati Mondiali, il quale prosegue oggi nell'obiettivo di affermare nel mondo la *leadership* dello stile italiano.

III.1.2. A livello europeo

Per quanto riguarda il potenziamento della tutela doganale, fu emanato nel '94 il Regolamento CE n. 3295, il quale fissava misure finalizzate al divieto d'immissione in libera pratica, d'esportazione, di riesportazione e di vincolo a un regime sospensivo di merci falsificate.

Il Regolamento CE n. 1383 del 2003 individua e definisce, in particolare nell'art. 4, i concetti di merci "contraffatte" ed "usurpative", fissa i poteri di cui le autorità doganali possono avvalersi nell'esercizio della loro attività di controllo, tra i quali quello di sospendere, sulla base di una domanda d'intervento o ex officio, lo svincolo delle merci sospettate di violare diritti di proprietà intellettuale, ossia di essere contraffatte. Sono tali:

1. le merci, compresi i relativi imballaggi, sulle quali sia stato apposto un marchio di fabbrica o di commercio, identico a quello validamente registrato per i medesimi tipi di merci, senza autorizzazione, o che non

possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali da tale marchio e che, pertanto, violi i diritti del mero titolare;

2. i segni distintivi che si trovino nella medesima situazione delle merci citate al punto primo, anche se presentati separatamente;
3. gli imballaggi che si trovino nella stessa situazione delle merci citate al punto primo, con apposti i marchi delle merci contraffatte presentati separatamente.

Il Consiglio aveva chiesto nel 2008 di rivedere il Reg. CE n. 1383 del 2003 per apportare qualche miglioramento al quadro giuridico vigente. Ciò è risultato poi un invito a formulare un più moderno piano doganale di lotta alla contraffazione, a favorire uno scambio maggiore di informazioni mediante l'utilizzo di sistemi elettronici, a rafforzare la cooperazione amministrativa transfrontaliera, a promuovere un maggiore coordinamento tra le istituzioni preposte al contrasto, ad esaminare l'efficacia del quadro legislativo per far rispettare i diritti di proprietà intellettuale, presentare proposte per agevolare i rapporti tra il settore pubblico ed il privato e promuovere nell'ambito degli accordi bilaterali e multilaterali conclusi dall'Unione Europea l'inserimento di misure relative ai diritti di proprietà industriale.

Il Reg. UE n. 608 del 2013 amplia la lista dei diritti di *intellectual property* meritevoli di tutela che erano stati esclusi dal precedente regolamento, estende la

procedura semplificata, inserisce un'apposita procedura per le piccole spedizioni, istituisce una banca dati centrale dove le autorità doganali competenti dovranno comunicare alla Commissione tutte le decisioni relative all'accoglimento, alla proroga o alla sospensione delle domande di intervento tramite la banca dati centrale. Non introduce, però, nessuna novità riguardante la violazione dei diritti di proprietà industriale da parte delle merci in transito ed esclude dal controllo doganale:

1. le merci trasportate dai passeggeri, se destinate ad uso personale;
2. le merci fabbricate con l'accordo dell'avente diritto ma commercializzate per la prima volta nell'UE senza la sua approvazione;
3. le merci realizzate da soggetti autorizzati dal titolare del diritto, ma in quantità superiore rispetto a quella accordata.

Per ovviare alla mancanza di regolamentazione del "Made in" nei Paesi dell'UE, l'allora vice presidente della Commissione europea Antonio Tajani ha lanciato nel 2012 una campagna di sensibilizzazione del cittadino e nel febbraio 2013 la Commissione ha ulteriormente potenziato la sorveglianza del mercato, tramite un pacchetto finalizzato a potenziare i controlli sui prodotti nel mercato comunitario, inserendo innanzitutto nel programma di lotta alla contraffazione l'obbligo di indicazione della provenienza geografica dei prodotti, soprattutto nell'ambito del settore tessile, dato che i relativi prodotti rappresentano il 60% circa dei casi di

contraffazione. In tale pacchetto, quindi, è stato introdotto l'obbligo di etichettatura, sia per i prodotti comunitari che non, con l'obiettivo di far conoscere all'acquirente la tracciabilità delle fasi di realizzazione del prodotto. Per i beni prodotti nell'UE è prevista la possibilità di scegliere se indicare genericamente la dicitura "Made in Europe" o più precisamente "Made in" seguita dalla nazione di provenienza.

Ancora oggi, non tutti gli Stati membri dell'Unione Europea sono favorevoli all'accoglimento; infatti, mentre alcuni Stati, a cominciare da Italia e Francia, chiedono che i beni venduti in Europa abbiano un'etichetta che precisi il luogo di produzione, in modo da proteggere quei prodotti che sono spesso vittime di imitazioni e frodi, in particolare nel settore tessile, vi sono altri Paesi, come la Germania e l'Olanda, che sono contrari perché hanno precedentemente delocalizzato la produzione e non vogliono veder penalizzate le vendite, oppure perché, essendo il luogo di transito di flussi commerciali, non vogliono che l'etichettatura sull'origine pesi in qualche modo sulle vendite e di conseguenza sull'import/export europeo²⁹.

²⁹ C. PALMA, *La contraffazione del marchio nell'abbigliamento e negli accessori*, 2014, visto in <http://www.studiotorta.com/wp-content/uploads/2018/05/2014-cristinapalma-lacontraffazione-del-marchionellabbigliamento-e-negli-accessori.pdf>, consultato il 15 settembre 2019.

III.2. ESEMPI DI LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE DA ALTRI PAESI

In alcuni paesi in via di sviluppo, come l'Indonesia, il Messico o alcuni paesi dell'Est-Europa, la contraffazione è stata combattuta attraverso la sua regolamentazione. Per togliere questo business dalle mani delle bande criminali locali, è stata data la possibilità di vendere merce contraffatta in appositi negozi, in modo che il consumatore possa essere in grado di venire a conoscenza della natura non originale del prodotto in questione e sia libero di acquistarlo, ovviamente ad un prezzo di molto inferiore rispetto a quello dell'originale. In questi paesi si è visto come questo approccio nell'affrontare la problematica ne minimizzi gli effetti negativi e la trasformi anche in un motore per lo sviluppo industriale (vedi caso cinese), portando inoltre delle importanti entrate allo stato attraverso l'imposizione fiscale.

CAPITOLO IV. LA CONTRAFFAZIONE IN DIVERSI SETTORI DI ATTIVITÀ

IV.1. AGROALIMENTARE

La falsificazione di prodotti alimentari incide in Italia per 1 miliardo di euro, alla pari con il materiale elettrico ed i prodotti informatici³⁰. Vale oltre 100 miliardi, invece, il valore del falso “Made in Italy” agroalimentare nel mondo, per effetto della pirateria internazionale che utilizza impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che richiamano all’Italia, per alimenti taroccati che non hanno nulla a che fare con il sistema produttivo nazionale, con un aumento record del 70% nel corso dell’ultimo decennio³¹. All’estero sono falsi più di due prodotti alimentari “italiani” su tre e le esportazioni di alimenti tricolore potrebbero più che triplicare se avvenisse uno stop alla contraffazione alimentare internazionale, con l’Italia che, nonostante tutto, ha raggiunto nel 2018 il record di export agroalimentare con un valore di 41,8 miliardi di euro.

³⁰ R. GALULLO, *Dopo gli USA...* cit.

³¹ *Il falso Made in Italy...* cit.

Nel 2018, in Italia, è scoppio più di un allarme alimentare al giorno, per un totale di ben 398 notifiche inviate all'UE durante l'anno. Di queste, solo il 17% hanno riguardato prodotti con origine nazionale, il 49% proveniva da altri Paesi dell'UE ed il 34% da Paesi extracomunitari. In altre parole, oltre quattro prodotti su cinque pericolosi per la sicurezza alimentare provengono dall'estero³².

Il vino è il prodotto più contraffatto, anche se questo è un problema non solo italiano ma mondiale, insieme all'olio e ai formaggi, vista la presenza di falsi Parmigiano Reggiano e Grana Padano che vengono prodotti con latte di dubbia provenienza e con stabilizzanti e conservanti non ammessi dalla Comunità Europea. Il tricolore sventola sul 14% delle confezioni alimentari ma in ben il 25% dei prodotti sugli scaffali c'è comunque un richiamo all'italianità, spesso indicata a sproposito. Quasi i due terzi degli italiani sono disponibili a pagare almeno fino al 20% in più pur di garantirsi l'italianità del prodotto che portano a tavola. Il mercato dei prodotti patriottici è cresciuto nell'ultimo anno del 2,2% e comprende i prodotti con bandiera italiana, con le scritte "Prodotto in Italia" o "100% italiano", oltre alle certificazioni di origine "Doc/Docg" e "Dop/Igp".

³² V. POZZI, *Made in Italy, all'estero due prodotti su tre sono falsi*, in "Giornale di Brescia", 4 marzo 2019, visto in <https://www.giornaledibrescia.it/economia/made-in-italy-all-estero-due-prodotti-su-tre-sono-falsi-1.3343737>, consultato il 15 settembre 2019.

Il primato italiano nella qualità e nella sicurezza alimentare conquistato grazie all'impegno degli agricoltori e ad un'attività di controllo senza uguali nel mondo va difeso da quanti cercano di sfruttare impropriamente il valore aggiunto creato con l'inganno e le speculazioni.

È quanto affermato dal presidente della Coldiretti R. Moncalvo, il quale ha sottolineato che:

L'agricoltura italiana è la più biologica d'Europa con il maggior numero di prodotti a denominazione di origine Dop/Igp (293); la leadership nel numero di imprese che coltivano biologico (quasi 60 mila), ma anche con la minor incidenza di prodotti agroalimentari con residui chimici e la decisione di non coltivare organismi geneticamente modificati.

IV.2. DIGITALE/AUDIOVISIVO

Il comparto degli audiovisivi è il secondo fra i settori soggetti a contraffazione in Italia, con quasi 2 miliardi di euro, pari al 28,5% del totale. Non sono solamente le canzoni ad essere contraffatte, ma qualsiasi file che viaggia nella rete è passibile di violazione dei diritti d'autore, licenza o qualsiasi atto di pirateria. Il fenomeno della pirateria audiovisiva negli ultimi tre anni ha interessato in Italia il 38% dei maggiori di quindici anni con 578 milioni di atti illegali. Il segmento più

importante è quello digitale e, se si calcola solo gli utenti abituali online, l'incidenza sale al 60%. Nel 2018 si conferma il trend decrescente della pirateria in termini di atti, con una riduzione dell'8% nell'ultimo anno e del 14% rispetto al 2016. Se da un lato questo trend è dovuto al rafforzamento delle attività di *enforcement* e sensibilizzazione del consumatore, dall'altro la crescita dell'offerta legale, sempre più ricca e diversificata, gioca un ruolo cruciale nel cambiamento di abitudini del pirata. Questa tendenza decrescente della pirateria è riscontrabile principalmente nei giovanissimi, un dato importante che testimonia la necessità di proseguire con apposite campagne informative rivolte a quello che si appresta a diventare il pubblico di domani.

I film sono il contenuto piratato più spesso e dal maggior numero di persone. Riguarda infatti l'87% delle persone (il 33% della popolazione italiana adulta, in aumento del 3% rispetto al 2017) e oltre la metà degli atti di pirateria (quasi 313 milioni). Nonostante sia il fenomeno più diffuso, la pirateria di film continua a generare meno atti illeciti rispetto agli anni precedenti (-7% rispetto al 2017, -16% rispetto al 2016). Per quanto riguarda serie e programmi, rispettivamente al 21% e al 20%, anche qui si registra un calo come per i film; le serie si attestano a circa 136 milioni di atti illeciti (-4% rispetto al 2017, -14% rispetto al 2016) e i programmi a circa 130 milioni (-15% rispetto al 2017 quando il dato era in crescita, -6% rispetto al 2016). La pirateria digitale si sta confermando, quindi, la

tipologia più diffusa, coinvolgendo il 33% della popolazione italiana adulta. La modalità di accesso più gettonata è l'IPTV³³ (circa il 25%, pari a 5 milioni di individui).

In crescita sono invece gli atti di pirateria relativi agli eventi sportivi *live*, sia in termini di incidenza (dal 7% del 2017 al 9% del 2018) che in termini di atti (dai circa 15 milioni del 2017 agli oltre 22 milioni del 2018: +52%). Lo sport live più seguito attraverso modalità non ufficiali è il calcio (2 pirati su 3), al secondo posto la Formula 1 seguita al terzo dalla Moto GP. Nel complesso, l'impatto combinato della pirateria di film e serie si stima in circa 109 milioni di fruizioni perse nel 2018 (-1% vs 2017, -15% vs 2016), pari ad un danno finanziario per l'industria audiovisiva di circa 600 milioni di euro (-3% vs 2017, -13% vs 2016).

Chi pirata percepisce un beneficio diretto derivante dalla propria scelta di fruire di copie di film, serie o programmi non originali, soprattutto in termini di risparmio, nonostante spesso non si tratti di persone in difficoltà economiche. Tale motivazione appare sempre più forte sugli adolescenti (la indica il 45%). Per gli adulti (77%) una multa continuerebbe ad essere il metodo deterrente più efficace,

³³ Internet Protocol Television, sistema di trasmissione di programmi televisivi su reti informatiche.

sugli adolescenti questo aspetto è invece in calo, a fronte di una crescita dell'efficacia delle denunce (82%) o dell'oscuramento dei siti (80%)³⁴.

IV.3. ABBIGLIAMENTO/MODA

Il settore della moda e dell'abbigliamento è, in Italia, il più soggetto a contraffazione, con un valore della produzione di 2,2 miliardi di euro, pari al 32,5% del totale del mercato del falso. La Rivoluzione Industriale ha dato il via alla “democratizzazione della moda”, rendendola, grazie ai bassi costi di produzione, facilmente accessibile a chiunque. A seguito della recente crisi, il settore sta vivendo una situazione di transizione, il cui superamento necessita di un cambiamento del modo di operare delle aziende che, dovendosi muovere in nuovi contesti competitivi, devono rivedere le strategie di gestione. Le case di moda che hanno acquisito nel mercato una posizione di prestigio, correlata all'immagine e allo stile proposto, sono da sempre tra i soggetti più danneggiati dal fenomeno della contraffazione, in quanto gli importanti profitti attraggono i mercanti del falso.

³⁴Ipsos, *Sintesi indagine 2018 sulla pirateria audiovisiva in Italia*, FAPAV (Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali), 2018, visto in https://fapav.it/wp-content/uploads/2019/07/SINTESE-INDAGINE-2018_FAPAV-Ipsos.pdf, consultato il 15 settembre 2019.

Oggi, oltre alla funzione distintiva originaria, il marchio, specialmente nel settore della moda, diviene espressione di un determinato status sociale nel quale il consumatore vuole riconoscersi. Il valore del marchio, quindi, procura all'azienda un valore economico addizionale importante che giustifica gli ingenti investimenti di capitali che le case di moda compiono per mantenerlo e proteggerlo. Studiando i bilanci consolidati di alcune importanti case di moda, si è visto come i marchi pesassero per più del 50% nella voce "Immobilizzazioni". Il marchio più difficile da tutelare è quello di forma, il quale permette di riconoscere la casa produttrice di un prodotto semplicemente dal suo *design*. A seguito del Decreto Legislativo del '92, è stata introdotta nell'ordinamento italiano la possibilità di registrare come marchio anche le lettere dell'alfabeto, a patto che garantiscano un minimo standard di originalità (si pensi, ad esempio, alle due "C" incrociate di Chanel o alla "LV" di Louis Vuitton).

Per proteggere i propri prodotti, le case di moda utilizzano diversi sistemi: inseriscono e memorizzano nei propri computer i codici dei capi prodotti e le informazioni inerenti alle caratteristiche dei beni e alle varie fasi della logistica di produzione, utilizzano le tecniche degli inchiostri e dei codici ottici di scrittura oppure utilizzano la piattaforma di autenticazione CertiLogo, che permette al compratore di verificare l'originalità del prodotto, purché tale prodotto rientri tra quelli dei brand che hanno aderito a quest'iniziativa ed hanno apposto l'etichetta

digitale sui propri prodotti. Nonostante la diminuzione in termini quantitativi, il valore stimato delle merci contraffatte oggetto di sequestro rimane sempre elevato, pari a circa 3,306 miliardi di euro, con un totale complessivo di euro 422.579.976 per l'abbigliamento e 1.195.129.838 per gli accessori che, da soli, occupano quasi il 50% dell'intero importo³⁵.

³⁵ Ministero dello Sviluppo Economico, *Rapporto Iperico 2014...* cit.

CONCLUSIONI

Come abbiamo potuto vedere, lo sviluppo della contraffazione ha originato un vero e proprio mercato sommerso che ha favorito la crescita di un'economia parallela illegale, rafforzando e finanziando la criminalità organizzata, con la conseguente diminuzione del benessere collettivo. Le cause di tale fenomeno le potremmo in qualche modo ricondurre alla natura umana. Non è, quindi, una pratica figlia di un particolare momento storico o di una particolare società. È proprio qui che sorge la necessità di avere leggi atte ad evitare che qualcuno arrechi danno alla collettività per perseguire un fine egoistico.

Con l'avvento della società consumista e dell'industrializzazione, la contraffazione si è trasformata da uno sporadico evento per perseguire un particolare interesse personale ad un business organizzato con vere e proprie imprese illegali, che fa guadagnare innumerevoli soggetti. Il mercato del falso in Italia ha trovato la sua fortuna, specialmente dopo l'industrializzazione del Paese, per due principali motivi: il primo è la presenza delle associazioni mafiose che, grazie alla disposizione di macchinari sempre più moderni e alla presenza di complici nei paesi in via di sviluppo (dove a volte queste produzioni sono anche legalmente permesse), hanno trovato nella contraffazione un nuovo business molto redditizio; il secondo è la fama dei prodotti italiani del mondo, i quali sono

per natura esposti alla contraffazione e all'interesse di questi falsari, intenti a rubarne la maggior fetta possibile di profitti.

Il fenomeno contraffattivo è ancora oggi in costante crescita, anche a causa della crisi economica che stiamo attraversando. Gli effetti negativi provocati possono, quindi, essere:

1. a danno dei consumatori finali, visto che l'inganno fa venir meno la funzione distintiva tipica del marchio a cui il consumatore associa un certo standard qualitativo, siccome spesso i prodotti contraffatti non rispettano le norme di sicurezza necessarie per la loro tutela, né sono oggetto di controllo da parte delle autorità preposte;
2. a danno alle imprese, non solo economicamente (riduzione del fatturato per mancanza di vendite ed ingenti spese sostenute per tutelare i diritti di proprietà industriale a discapito di investimenti produttivi), ma anche a livello di perdita di immagine e di credibilità nei confronti del pubblico;
3. a danno all'Erario, visto che la commercializzazione di prodotti contraffatti attraverso un mercato parallelo a quello convenzionale e regolamentato, comporta la totale evasione delle imposte dirette ed indirette (ad esempio quella dell'IVA);
4. a danno al mercato, in cui la presenza dei prodotti contraffatti altera il suo normale funzionamento mediante una concorrenza sleale basata su prezzi

più bassi, visti i minori costi di produzione, traducendosi per le imprese in una perdita di fiducia nel mercato per lo sviluppo delle loro attività e la tutela dei loro diritti;

5. a danno della stessa società, dove troviamo lo sfruttamento dei cosiddetti “soggetti deboli” (in genere i disoccupati o gli extracomunitari), costretti a lavorare irregolarmente, privati sia dei contributi che delle coperture assicurative, per non parlare delle norme di sicurezza, e che intanto fanno ridurre i posti di lavoro regolari (i proventi del mercato contraffattivo, inoltre, vengono spesso reinvestiti in attività criminali).

Combattere la contraffazione comporta non solo un’attenta coordinazione e collaborazione tra le forze preposte al controllo, ma anche il sostenimento di alcuni oneri economici aggiuntivi, come, ad esempio, i costi per il potenziamento del marketing, per il monitoraggio e per la tutela legale a carico delle aziende, ma anche per il personale necessario facente parte di questo apparato. Questi costi sono sostenuti con lo scopo di recuperare risorse per la comunità, di ripristinare la vera funzione del marchio come identificatore e garante dell’origine dei prodotti, e di ridurre l’esposizione dei consumatori finali al pericolo derivante dai materiali di cui i falsi sono composti. Oggigiorno, le tecnologie utilizzate per combattere la contraffazione, se non vengono costantemente potenziate ed aggiornate, rischiano di diventare insufficienti per un problema che, vista la sua velocità di espansione,

sta diventando una presenza quasi lecita e normale nella società. La dinamica aziendale deve essere, quindi, indirizzata a rendere sempre più originali ed innovativi sia i propri marchi che i propri prodotti, così da restare ben impressi nella mente dei consumatori, oltre ad aumentare la collaborazione con l'Agenzia doganale, al fine di rafforzare il controllo della merce. Siccome il falso non si muove più solamente lungo la filiera tradizionale, ma si manifesta nel sia settore fieristico che, soprattutto, a mezzo internet, molte aziende stanno aderendo a piattaforme di autenticazione online (ad esempio CertiLogo).

Va comunque ricordato che non c'è offerta senza domanda e che il ruolo dei consumatori è fondamentale. Volendo ipoteticamente segmentare i consumatori, lo si potrebbe fare distinguendo tra coloro che, potendosi permettere il bene, lo acquistano, e coloro che, non avendo le risorse economiche necessarie per acquistare un originale, ricorrono al falso, per poter comunque dimostrare l'appartenenza ad un determinato ceto sociale. È proprio su questi ultimi che le aziende dovrebbero concentrarsi, investendo sul loro coinvolgimento. Speriamo che una nuova cultura possa portare ad arginare la contraffazione, così da progredire verso una logica dell'essere piuttosto che dell'apparire, basata sul riconoscimento dell'originalità e della qualità dei prodotti.

BIBLIOGRAFIA

- G. BALLARINI, P. PETRONI, *Il Falso in Tavola. Una mistificazione da conoscere e contrastare*, Accademia Italiana della Cucina, 31 gennaio 2008;
- L. CARLETTI, *Merci cinesi, affari italiani, ecco chi si arricchisce con il falso*, in “La Repubblica”, 27 febbraio 2017, visto in https://roma.repubblica.it/cronaca/2011/01/31/news/merci_cinesi_affari_it_aliani_ecco_chi_si_arricchisce_con_il_falso-11882216/?refresh_ce, consultato il 14 settembre 2019;
- CENSIS, *La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti*, Ministero dello Sviluppo Economico – UBIM (Ufficio generale per la lotta alla contraffazione), 2016, visto in <http://www.uibm.gov.it/attachments/REPORT%20CENSIS%20FINALE.PDF>, consultato il 14 settembre 2019;
- M. CETRA, *Progresso scientifico e ripresa economica in Italia: un rapporto virtuoso*, Gruppo OCDEC, 31 maggio 2016, visto in <http://www.gruppoarealavoro.it/lavoro-e-previdenza/maggio-2016/progresso-scientifico-e-ripresa-economica-in-italia-un-rapporto-virtuoso/>, consultato il 14 settembre 2019;

- EUIPO (Ufficio dell'UE per la proprietà intellettuale), *Mappatura delle rotte effettive del commercio di prodotti falsi*, 2013, visto in <https://euipo.europa.eu/ohimportal/it/web/observatory/mapping-the-real-routes-of-trade-in-fake-goods>, consultato il 15 settembre 2019;
- EUROPOL, Ufficio per l'Armonizzazione nel Mercato Interno, *Relazione 2015 sullo stato della contraffazione nell'UE*, aprile 2015, visto in file:///C:/Users/Marco%20Morettini/Downloads/it_executive-summary_0.pdf, consultato il 15 settembre 2019;
- Format Ricerche, *L'illegalità danneggia le imprese*, Confindustria Imprese per l'Italia, 8 novembre 2013, visto in https://www.formatresearch.com/ita/pubblicazioni/dett_news.asp?sender=news&id=326, consultato il 13 settembre 2019;
- R. GALULLO, *Dopo gli USA è l'Italia il mercato top delle contraffazioni*, in "Il Sole 24 Ore", 2 agosto 2017, visto in https://www.ilsole24ore.com/art/dopo-usa-e-l-italia-mercato-top-contraffazioni-AExXM17B?refresh_ce=1, consultato il 13 settembre 2019;
- P. GRECO, *La Cina, nuova potenza mondiale in ricerca e innovazione*, Scienza in Rete, 1 settembre 2016, visto in <https://www.scienzainrete.it/articolo/cina-nuova-potenza-mondiale-ricerca-e-innovazione/pietro-greco/2016-09-01>, consultato il 14 settembre 2019;

- Ipsos, *Sintesi indagine 2018 sulla pirateria audiovisiva in Italia*, FAPAV (Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali), 2018, visto in https://fapav.it/wp-content/uploads/2019/07/SINTESI-INDAGINE-2018_FAPAV-Ipsos.pdf, consultato il 15 settembre 2019;
- S. IZZI, A. COLOSIMO, *Lotta alla contraffazione: analisi del fenomeno, sistemi e strumenti di contrasto*, Franco Angeli, 2008;
- *I 5 falsari d'arte più famosi di tutti i tempi*, Libreriamo, 5 novembre 2014, visto in <https://libreriamo.it/curiosiamo/i-5-falsari-darte-piu-famosi-di-tutti-i-tempi/>, consultato il 14 settembre 2019;
- Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione generale lotta alla contraffazione, *Rapporto Iperico 2014*, visto in http://www.uibm.gov.it/iperico/home/Rapporto_Iperico_2014.pdf, consultato il 13 settembre 2019;
- OCSE, Ufficio per la proprietà intellettuale dell'Unione Europea, *Trade in counterfeit and pirated goods*, 19 aprile 2016, visto in http://www.uibm.gov.it/attachments/press_release_it.pdf, consultato il 13 settembre 2019;
- C. PALMA, *La contraffazione del marchio nell'abbigliamento e negli accessori*, 2014, visto in <http://www.studiotorta.com/wp-content/uploads/2018/05/2014-cristinapalma->

[lacontraffazione del marchionellabbigliamento e negli accessori.pdf](#),

consultato il 15 settembre 2019;

- V. POZZI, *Made in Italy, all'estero due prodotti su tre sono falsi*, in "Giornale di Brescia", 4 marzo 2019, visto in <https://www.giornaledibrescia.it/economia/made-in-italy-all-estero-due-prodotti-su-tre-sono-falsi-1.3343737>, consultato il 15 settembre 2019;
- G. ROMANO, *Michelangelo Buonarroti falsario*, Pittura Omnia, 11 dicembre 2010, visto in https://www.pitturaomnia.com/pitturaomnia_00005f.htm, consultato il 14 settembre 2019;
- M. SARTI, *Ecco perché ogni volta che compriamo prodotti contraffatti finanziamo la camorra*, in "Linkiesta", 8 dicembre 2017, visto in <https://www.linkiesta.it/it/article/2017/12/08/ecco-perche-ogni-volta-che-compriamo-prodotti-contraffatti-finziamo-/36440/>, consultato il 15 settembre 2019;
- *Il falso Made in Italy e i 100 miliardi persi in prodotti contraffatti*, in "Secolo Trentino", 7 maggio 2018, visto in <https://secolo-trentino.com/uncategorized/il-falso-made-in-italy-e-i-100-miliardi-persi-in-prodotti-contraffatti/>, consultato il 15 settembre 2019;
- Audizione del Comandante generale della Guardia di Finanza G. TOSCHI, *Commissione d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della*

pirateria, 28 settembre 2016, visto in

<http://www.gdf.gov.it/stampa/ultime-notizie/anno->

[2016/settembre/commissione-dinchiesta-sui-fenomeni-della-](http://www.gdf.gov.it/stampa/ultime-notizie/anno-2016/settembre/commissione-dinchiesta-sui-fenomeni-della-)

[contraffazione-e-della-pirateria](http://www.gdf.gov.it/stampa/ultime-notizie/anno-2016/settembre/commissione-dinchiesta-sui-fenomeni-della-), consultato il 15 settembre 2019;

- L. VALLA, *De falso credita et ementita Constantini donatione*, 1440.